

**Maria Nygren**

**TRADENOMIEN REKRYTOIMISEEN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT KOKKOLA-PIETARSAARI ALUEELLA**

**Opinnäytetyö**

**CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU**

**Liiketalouden koulutusohjelma**

**Maaliskuu 2015**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Kokkola-Pietarsaari	<b>Aika</b> Maaliskuu 2015	<b>Tekijä/tekijät</b> Maria Nygren
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalouden koulutusohjelma		
<b>Työn nimi</b> Tradenomien rekrytoimiseen vaikuttavat tekijät Kokkola-Pietarsaari-alueella		
<b>Työn ohjaaja</b> Marko Ovaskainen		<b>Sivumäärä</b> 42 + 2
<b>Työelämäohjaaja</b> Jorma Saloniemi		
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat tradenomien rekrytointiin Kokkola-Pietarsaari-alueella. Opinnäytetyö koostui teoriaosuudesta ja kyselytutkimuksesta, jonka toteutin Kokkola-Pietarsaari-alueella toimiville yrityksille.</p> <p>Teoriaosuudessa keskityin yksilön työmarkkinakelpoisuuteen ja rekrytointiin sekä siihen, miten rekrytointi tulisi toteuttaa ja miten rekrytointiprosessin tulisi edetä. Koska rekrytointi on aiheena todella laaja, pyrin työssäni käsittelemään ainoastaan tärkeimmät asiat koskien rekrytointia.</p> <p>Kyselytutkimuksen avulla oli tarkoitus selvittää mihin asioihin ja ominaisuuksiin eri yritykset Kokkola-Pietarsaari-alueella kiinnittävät huomioita rekrytoidessaan tradenomeja. Tavoitteena oli saada mahdollisimman paljon eri näkökulmia koskien tradenomien rekrytointia tällä alueella.</p>		

<b>Asiasanat</b> Rekrytointi, tradenomit, työmarkkinakelpoisuus
--

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Unit</b> Kokkola-Pietarsaari	<b>Date</b> March 2015	<b>Author/s</b> Maria Nygren
<b>Degree programme</b> Business Administration		
<b>Name of thesis</b> Recruitment of Bachelors of Business Administration in the Kokkola-Pietarsaari area		
<b>Instructor</b> Marko Ovaskainen		<b>Pages</b> 42 + 2
<b>Supervisor</b> Jorma Saloniemi		
<p>The aim of this study was to find out the factors that influence the recruitment of bachelors of business administration in Kokkola-Pietarsaari area. The thesis consisted of a theoretical part and a survey, which was carried out in the Kokkola-Pietarsaari area businesses.</p> <p>In the theoretical part I focused on the individual work capacity and recruitment as well as how the recruitment should be implemented and how the recruitment process should proceed. Since recruitment is a really wide subject, I tried in my work to deal with only the most important issues regarding the recruitment.</p> <p>The survey wanted to find out what issues and characteristics the different companies in Kokkola-Pietarsaari area pay attention to when recruiting bachelors of business administration. The goal was to get as many different points of view as possible regarding the recruitment of bachelors of business administration in this region.</p>		

<b>Key words</b> Bachelor of business administration, recruitment, work capacity
---

## **SISÄLLYS**

### **TIIVISTELMÄ ABSTRACT**

<b>1. JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2. YKSILÖN TYÖMARKKINAKELPOISUUS JA KILPAILUKYKY TYÖMARKKINOILLA</b>	<b>2</b>
2.1 Työmarkkinat	2
2.2 Työmarkkinakelpoisuus	2
2.3 Työmarkkinakelpoisuuden olemus, synty ja kehitys	3
2.4 Yksilön työmarkkinakelpoisuuden arviointi	4
<b>3. REKRYTOINTI JA REKRYTOINTIPROSESSI</b>	<b>6</b>
3.1 Miksi rekrytoinnin onnistuminen on tärkeää	6
3.2 Rekrytointi mahdollisuutena ja riskit rekrytoinnissa	7
3.3 Rekrytointiprosessi	8
3.4 Rekrytointistrategia ja henkilöstön hankinnan tavat	9
3.4.1 Sisäinen rekrytointi	10
3.4.2 Ulkoinen rekrytointi	10
3.4.3 Oppilaitosyhteistyö	11
3.4.4 Henkilöstön vuokraus	12
3.5 Rekrytointi kriteerit	12
3.6 Median valinta ja tyypillisimmät rekrytointikanavat	13
3.6.1 Sosiaalinen media	14
3.6.2 Lehti-ilmoitukset	15
3.6.3 TE-palvelut	15
3.6.4 Puskaradio	16
3.7 Mihin työnantajat kiinnittävät rekrytoinnissa huomiota	17
<b>4. REKRYTOINNIN TOTEUTTAMINEN</b>	<b>19</b>
4.1 Työpaikkailmoitus	20
4.2 Työhakemus	22
4.3 Työhaastattelu	23
4.4 Rekrytointipäätös	25
<b>5. TUTKIMUKSEN TAVOITTEET, TOTEUTUS JA TUTKIMUSPROSESSI</b>	<b>26</b>
<b>6. TULOKSET</b>	<b>29</b>
<b>7. POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>38</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>41</b>
<b>LIITTEET</b>	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheeksi valitsin tradenomien rekrytoimiseen vaikuttavat tekijät Kokkola-Pietarsaari-alueella. Toteutin kyselyn koskien rekrytointia Kokkola-Pietarsaari alueella oleville yrityksille. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, mitkä tekijät vaikuttavat tradenomien rekrytoimiseen ja yksilön työmarkkinakelpoisuuteen.

Rekrytointi on tärkeä osa yrityksen toimintaa, ja jotta rekrytoiminen onnistuisi ja yritys löytäisi oikeat henkilöt uusiin/avoimiin tehtäviin, on yrityksen tärkeää panostaa siihen huolellisesti. Rekrytointiprosessi, jota ei ole suunniteltu ja toteutettu oikein, voi tulla yritykselle erittäin kalliiksi. Yrityksen tulisi kiinnittää huomiota kaikkiin tekijöihin, jotka vaikuttavat rekrytointiin. Nykyään on olemassa monia eri rekrytointikanavia, joista yrityksen tulee valita itselleen sopivin tai sopivimmat vaihtoehdot.

Työn alussa käsittelen tradenomiopintoja ja rekrytointia yleisellä tasolla. Kerron mitä rekrytointi on, mitä siihen sisältyy ja avaan rekrytoinnin eri vaiheita. Lisäksi kerron yksilön työmarkkinakelpoisuudesta ja kilpailukyvystä työmarkkinoilla.

Työn tarkoituksena on selvittää, mitkä ovat vaikuttavat tekijät siihen, kun yritykset rekrytoivat uusia työntekijöitä avoimiin tehtäviin, mihin kiinnitetään huomiota ja miten rekrytointi toteutetaan käytännössä.

## **2. YKSILÖN TYÖMARKKINAKELPOISUUS JA KILPAILUKYKY TYÖMARKKINOILLA**

### **2.1 Työmarkkinat**

Työmarkkinat ovat työnantajien ja työntekijöiden väliset markkinat, joilla työnantajat etsivät työvoimaa ja työnhakijat työtä. Kun tarjonta kohtaa kysynnän, työnantaja ja työnhakija voivat solmia työsuhteen. Työmarkkina on talouden yksi suurimmista yksittäisistä markkinoista ja sillä on monia erityispiirteitä. Työmarkkinat eroavat täydellisen kilpailun mallista näiden erityispiirteiden takia. On olemassa teoria, että työvoiman kysyntä ja tarjonta määräävät eri ammattialojen palkkojen suuruuden. Tämän teorian taustalla on ajatus, että kun työvoiman kysyntä nousee tai tarjonta laskee, työnantajat nostaisivat automaattisesti alan palkkoja ja sen lisäksi puolestaan alan houkuttelevuutta, jolloin taas työvoiman tarjonta lisääntyisi. (Tilastokeskus 2015.)

### **2.2 Työmarkkinakelpoisuus**

Keskeisenä vaikuttavana tekijänä työmarkkinakelpoisuuteen on se, riittääkö yksilön osaaminen työmarkkinoiden tarpeisiin. Jos ei, niin tulisi miettiä, millä edellytyksillä osaamista voitaisiin lisätä. Toimintaympäristön muutoksista aiheutuvaan jatkuvaan oppimisen tarpeeseen voidaan vastata ainoastaan edistämällä yksilöiden oppimista. Elinikäinen oppiminen ei kuitenkaan merkitse pelkästään ammatillisten taitojen ylläpitämistä ja kehittämistä, vaan myös oppimista paljon laajemmassa merkityksessä. Oppimisen kehittymiseen tarvitaan paljon tahtoa ja motivaatiota. Myös valmius haasteellisiin tehtäviin ja luottamus omassa työssä selviytymiseen liittyvät tähän. Ammatillisen koulutuksen kautta saadaan valmiuksia työtehtävistä suoriutumiseen, mutta vasta työkokemuksen kautta opituista asioista tulee osaamista, jota voidaan hyödyntää työmarkkinoilla. Osaamista voidaan kehittää myös käytännön harjoittelun avulla ilman ammatillista koulutusta. Heikko ammatillinen osaaminen on selkeä työmarkkinoilta syrjäytymisen osatekijä, mutta ei kuitenkaan riittävä syy. (Sepponen, Wilen & Kiviniemi 2012.)

### 2.3 Työmarkkinakelpoisuuden olemus, synty ja kehitys

Työmarkkinakelpoisuuden käsite sisältää kaksi eri lähtökohtaa. Kelpoisuus on lähinnä juridinen termi, jolla on määritelty eri ammattiryhmien vaatimukset. Työmarkkina puolestaan viittaa ostamisen ja myymisen logiikkaa noudattavaan vaihdantatalouteen, jonka hyödykkeinä ovat työsuorite ja sen taloudellinen vastine, eli raha.

Työmarkkinakelpoisuuden perustan muodostaa keskiasteen koulutus, jonka työnantaja olettaa jokaisen jo saavuttaneen ja jonka ylittävästä koulutuksesta muodostuu varsinainen kelpoisuuden erotteleva arviointi. Koulutuksen lisäksi työmarkkinakelpoisuuden kriteerinä on myös ammatillinen osaaminen, työkokemus.

Muodollisen koulutuksen merkitys työmarkkinakelpoisuudessa on kasvanut Suomessa, kuten myös koko maailmassa vahvasti. Yksilön on osattava kehittää ja kouluttaa itseään ja ottaa positiivinen asenne uuden oppimiseen. Kun työnhakijoita on enemmän kuin työpaikkoja, eli kun kysyntä ja tarjonta eivät ole tasapainossa, on hyvä hankkia työtehtäviä laajemmat kelpoisuudet, jotta on mahdollisuus hakea monien eri sektoreiden tehtäviä tai että koulutuksen määrällä voisi erottua toisista hakijoista positiivisesti.

Koulutusvaatimukset työmarkkinoilla tarkoittavat sitä, että 90 prosenttia suomalaisista jatkaa oppivelvollisuuskoulun jälkeen keskiasteen koulutukseen ja 55 % hankkii yliopistollisen tai ammattikorkeakoulun loppututkinnon. Hyvästä ja pitkästä koulutuksesta on tullut arvokasta pääomaa työmarkkinoilla. Tämä voi johtaa myös siihen, että nuorempien sukupolvien vahva kouluttautuneisuus voi heikentää entisestään vanhempien sukupolvien työmarkkinakelpoisuutta.

Konkreettisesti työmarkkinakelpoisuus kulminoituu työnhakutilanteessa. Onko hakija kelvollinen saamaan hakemansa työpaikan, eli onko hakija muita hakijoita parempi ja erottuuko hän joukosta? Julkisella sektorilla muodollisen koulutuksen vaikutus työmarkkinakelpoisuuteen on suurin, mutta kaiken kaikkiaan tutkintotodistukset ja muut yleisesti arvostetut asiat muodostavat selvästi työmarkkinakelpoisuuden ytimen. Sitä, missä määrin muodollinen pätevyys ja työpätevyys kulkevat yhtä matkaa, voi olla vaikea arvioida rekrytointiprosessissa. Tästä syystä

käytetäänkin yleensä käsitteitä koulutusammatti ja työammatti erikseen. Lisäksi työnkuvat muuttuvat nyky-yhteiskunnassa niin nopeasti, ettei alkuperäinen ammattikoulutus välttämättä riitä tarjoamaan kaikkia työkaluja uusiin työtilanteisiin. Sekä koulutusvalinnat että työnhakutilanteet ovat sidoksissa myös yksilön valikoitumiseen ja hänen omaksumaansa identiteettiin.

Voidaan todeta, että työmarkkinakelpoisuus jaetaan kahteen osaan, muuttumattomiin ja muuttuviin tekijöihin. Muuttumattomia ovat esimerkiksi sukupuoli, ikä, rotu ja kansallisuus. Muutettavissa olevia ovat tietotaito, valmiudet ja joustavuus, pätevyys, asenteet ja arvot, kulttuurinen virittyneisyys ja nykyään myös yhteiskuntaluokka.

Jako muuttumattomiin ja muutettaviin faktoreihin voi mahdollisesti olla edelleenkin käytössä työelämässä, vaikka on erityisen harmillista, että työmarkkinakelpoisuuteen vaikuttava tekijä voi olla esimerkiksi kansallisuus tai rotu. Niiden vaikutus työuran suuntautumiseen on luultavasti lähtöisin enemmän rekrytoijien asenteista kuin kansallisuus- tai roturyhmien omista erityispiirteistä.

Yhteiskunta muuttuu jatkuvasti, mikä tarkoittaa myös työmarkkinakelpoisuuden ehtojen jatkuvaa muuttumista. Toisin sanoen kelpoisuusehdot saattavat pysyä entisellään, mutta käytännön työssä tutkintokoulutus ei tarjoa kaikkea tarvittavaa osaamista. Koulutusjärjestelmien, työnhakijoiden ja rekrytoijien tulisi kiinnittää ehdottoman paljon huomiota näihin jatkuviin muutoksiin. (Hakkarainen, Paavola & Lipponen 2007.)

## **2.4 Yksilön työmarkkinakelpoisuuden arviointi**

On olemassa neljä suurta tekijää, jotka vaikuttavat työnantajien valintaan. Sen lisäksi että ehdokkaalta odotetaan hyviä työsuorituksia, on työnantaja kiinnostunut myös inhimillisistä tekijöistä. Ehdokkaan tulisi olla niiden ammatillisten odotusten veroinen, jotka häneen kohdistetaan ja hänen tulisi suoriutua siinä työroolissa, johon häntä kaavaillaan. Mutta hakijan tulisi olla myös henkilökohtaisilta ominaisuuksiltaan työnantajan odotusten mukainen. Työnantajan odotusten kärkipäässä ovat tehokkuus, aikaansaavuus, työn laatu, huolellisuus ja kaikki muut



tekijät, jotka ovat yhteydessä siihen, että uusi työntekijä löytäisi paikkansa organisaation sosiaalisessa maailmassa. Sitä, että uusi työntekijä on ahkera ja suoriutuu saamistaan tehtävistä, pidetään melkein pä itsestäänselvyytenä. Neljä suurinta tekijää, jotka vaikuttavat valintaan ovat:

1) ammatillinen osaaminen

2) persoonallisuus

3) motivaatio

4) henkilökemia

Näihin tekijöihin liittyy muitakin pienempiä muuttujia. Haastattelijoilla on erilaisia näkemyksiä siitä, mitkä ovat tärkeitä tekijöitä kun haetaan uutta työntekijää organisaatioon. (Salli & Takatalo 2014, 59–61)

### 3 REKRYTOINTI

Rekrytointi tarkoittaa henkilöstön hankkimista yrityksen palvelukseen. Rekrytointi voi sisältää esimerkiksi ilmoittamista avoimesta paikasta, hakemusten käsittelyä, haastatteluja, tiedon jakamista ja sopimusten tekemistä. Rekrytoinnissa voidaan hyödyntää CV-pankkeja, verkkoilmoituksia, printtimainontaa, omia verkostoja, sosiaalista mediaa tai henkilöstöpalveluyrityksiä. (Raukola 2012.)

#### 3.1 Miksi rekrytoinnin onnistuminen on tärkeää

Onnistuneen rekrytoinnin salaisuus on oikean henkilön valinta yhdistettynä kattavaan perehdyttämiseen. Henkilöstöresurssitoimintoihin sisältyvät myös työssä ja osaamisessa kehittyminen sekä viihtyminen ja työssä jaksaminen eli jokapäiväisen työn tekeminen. (Kehittyvä elintarvike 2013.)

Rekrytoinnin toteuttaminen vaatii suunnittelua, kuten kaikki muutkin yritykselle tärkeät ratkaisut. Kilpailua käydään sekä sopivista työpaikoista että osaajista. Onnistuneen rekrytoinnin ansiosta yritys saa tarvitsemansa osaajan ja hänen sitoutumisensa uudelle työnantajalle. Tämän myötä työhönottaja kykenee toteuttamaan suunnitelmaansa paremmin, oli sitten kyseessä esimerkiksi työkuorman jakaminen, uuden liiketoiminnan käynnistäminen tai myynnin kasvattaminen.

Viisi Porrasta onnistuneeseen rekrytointiin voidaan esittää seuraavasti:

1. Yrityksessä syntyy osaamistarve
2. Kartoitetaan kyvyt, aikataulu ja prosessit
3. Valitaan rekrytoinnin keinot, verkostot
4. Viilataan viesti

## 5. Ilmoitetaan ja valitaan (Raukola 2012)

Koko rekrytointiprosessi lähtee liikkeelle siitä, että yrityksellä on tarve uudelle työntekijälle avoimeen tehtävään. Seuraavaksi yrityksen on suunniteltava miten rekrytointiprosessi tulee etenemään ja päätettävä mitä rekrytointikeinoja käytetään. Lopuksi työpaikkailmoitus luodaan, julkistetaan ja valitaan paras mahdollinen henkilö täyttämään avoimen työtehtävän.

### 3.2 Rekrytointi mahdollisuutena ja riskit rekrytoinnissa

Yritykset ja yhteisöt voivat hankkia uusia työntekijöitä monien kanavien kautta. Viime aikoina monet oppilaitokset ovat perustaneet omia rekrytointipalveluyksiköitään, joiden kautta opiskelijoiden on mahdollisuus saada mm. opinnäytetöitä, harjoittelupaikkoja ja valmistumisen jälkeen varsinaisia työpaikkoja. Myös yksityiselle sektorille on syntynyt lukuisia yrityksiä, jotka ovat keskittyneet pelkästään työntekijöiden välittämiseen työnantajille. Niitä käytetäänkin usein erityisesti tilapäisten henkilöiden hankinnassa.

Rekrytointi voi olla yritykselle valtava mahdollisuus. Uusi työntekijä on aina kiinnostava, energinen ja potentiaalinen. Uusi henkilö ei kuitenkaan tuo mukanaan ainoastaan juuri etsittyä työpanosta, vaan myös muuta osaamista sekä inhimillistä pääomaa. Usein uuden työntekijän erityisosaamiset tulevat ilmi vasta kun työsuhde on jo alkanut. Rekrytoinnissa kannattaa myös hankkia oheisosaamista ja taitoja, joita työ ei varsinaisesti edes edellytä. Näin osaaminen organisaation sisällä voi monipuolistua ja joustavuus lisääntyä huomattavasti. Uudelta henkilöltä voidaan odottaa korkeaa motivaatiota, koska onhan hän itse hakenut kyseistä työpaikkaa ja käynyt läpi mahdollisen monivaiheisen rekrytointiprosessin saadakseen paikan. Uudella henkilöllä voi olla paljon uusia ideoita ja kehittämisajatuksia yritykselle, joista varmasti on aina vähintäänkin jonkinlaista hyötyä yritykselle.

Rekrytoinnilla voidaan saada aikaiseksi muutos koko yrityksen kulttuurissa ja tämä voi vaikuttaa positiivisesti yrityksen tuloksellisuuteen. Kun rekrytointiprosessi on onnistunut, saa yritys joukkoonsa upean uuden työntekijän, joka on kuin luotu avoimeen tehtävään. (Vaahtio 2005, 11–14.)

Kuten kaikkiin muihinkin yrityksen prosesseihin, myös rekrytointiin voi kuulua mahdollisuuksien lisäksi riskejä. Kiireisesti läpi viety rekrytointiprosessi moninkertaistaa virhemahdollisuuden. Pahimmassa tapauksessa yritys voi menettää tuotantoa ja asiakkaitaan. Rekrytointiyritykset, virheet ja perehdyttäminen voivat tulla yritykselle kalliiksi, ja myös rekrytointi itsessään voi maksaa melkoisen summan. Epäonnistunut rekrytointi voi pilata hetkessä yrityksen julkikuvan, koska tieto epäeettisistä keinoista ja asiaankuulumattomista kysymyksistä leviää varmasti esimerkiksi puskaradion kautta. Epäonnistuneen rekrytoinnin johdosta yritys voi joutua jopa oikeusprosessiin ja korvausvaatimuksiin.

Rekrytointiprosessi vaatii ammattimaista otetta, harkintakykyä sekä aitoa ihmisistä välittämistä ja paljon eettisyyttä. (Vaahtio 2005, 11–14.)

### **3.3 Rekrytointiprosessi**

Rekrytointiin kuluvan ajan vähentämisessä on kyse siitä, että yritys on valmis toimimaan, kun rekrytointitarve tulee ajankohtaiseksi. Rekrytointitarpeiden analysoiminen on yksi tärkeä osa rekrytoinnin suunnitteluvaihetta. Yrityksen tulee miettiä esimerkiksi, milloin olisi hyvä aika rekrytoida, millaista työntekijää yritys hakee ja mihin tehtävään uutta henkilöä haetaan. Yrityksellä tulisi olla tehtäväkuvaus kaikille työntekijöille toimistoapulaisesta aina ylimpään johtoon asti. Yrityksen tulisi teoriassa olla valmis ilmoittamaan avoimesta työtehtävästä vuorokauden sisällä, koska joskus voi olla tilanne, että joku jää äkillisesti pois tärkeästä tehtävästä ja korvaava työntekijä tarvittaisiin heti tilalle. Tällaisissa tapauksissa yrityksellä pitäisi olla valmis rekrytointisuunnitelma. (Monster.fi 2015)

Rekrytointiprosessin tehtävänä on auttaa vähentämään valinnan riskejä sekä ennustamaan todennäköistä lopputulosta. Oikean valinnan tekemiseksi riskien vähentäminen ja todennäköisyyksien ennustaminen ei kuitenkaan riitä. Myös paras

ehdokas voi helposti päätyä vääräksi valinnaksi, mikäli tehtävään ja yrityksen perustamis- ja kehitysohjelmaan ei perehdytetä, työilmapiiri ja johtaminen eivät toimi ja kummallakaan osapuolella ei ole käsitystä siitä, mitä työtehtävään sisältyy. Odotusten asettaminen ja systemaattinen seuranta sekä säännöllinen palaute yhdistettynä kunnon tukiprosesseihin on tarpeen, jotta voidaan varmistaa, että parhaasta ehdokkaasta tulee myös paras mahdollinen rekrytointi.

Henkilöstön hankinnan lähtökohtana on aina työvoiman tarve. Aluksi on analysoitava tarkkaan, millaista osaamista todellisuudessa tarvitaan. Mikä on vastuualue? Mitkä ovat konkreettiset tehtävät? Mikä saattaisi olla sopiva koulutus- ja kokemustausta? Millainen persoonallisuus sopisi parhaiten työyhteisöön? Mitkä ovat tehtävän olemassaolon perusteet? Työvoiman tarpeeseen kohdistuvan analysoinnin on johdettava konkreettisiin perusteisiin, jotka puoltavat rekrytointiprosessin aloittamista. Analysointi johtaa yleensä myös kriteereiden muodostumiseen. Jos tarvetta ja kriteereitä ei synny, ei henkilöstön hankintaan johtavia toimenpiteitä ole syytä aloittaa. (Emine 2014.)

### **3.4 Rekrytointistrategia ja henkilöstön hankinnan tavat**

Rekrytointistrategian tulee sisältää toimintalinjaus, miten henkilöstön hankinta tapahtuu ja mitkä ovat hankintakeinot organisaatiotasolla. Rekrytointistrategia ei voi olla ehdottoman tiukkoja määräyksiä sisältävä, sillä jokaiseen yksittäiseen rekrytointiin liittyy omat erityispiirteensä. Jotta rekrytointi onnistuu, täytyy yrityksen tietää, mitä se tavoittelee ja mistä se löytyy. Mikäli yritys valitsee väärän tehtävänimikkeen ja ilmoituksen julkaisupaikaksi väärän rekrytointiportaalin internetissä, voi olla että hakijat eivät vastaa lainkaan sitä, mitä alun perin rekrytoinnissa on lähdetty hakemaan. On siis ehdottoman tärkeää tehdä hyvä suunnitelma ennen rekrytoinnin toteuttamista.

Rekrytointistrategia sisältää seuraavat kysymykset:

- Miksi haemme?

- Mitä haemme?
- Miten haemme? (Markkanen 2005, 56–57)

On olemassa monenlaisia henkilöstön hankinnan tapoja, joiden piirteitä on tarkasteltu seuraavissa kappaleissa.

### **3.4.1 Sisäinen rekrytointi**

Mikä tahansa menetelmä, jolla pyritään tunnistamaan oikea henkilö ja saamaan avoin työtehtävä täytettyä käyttämällä jo organisaatiossa työskentelevää henkilöä, voidaan pitää sisäisenä rekrytointina. On olemassa useita erilaisia tapoja, muodollisia ja epävirallisia, joita voidaan käyttää kun yritetään tunnistaa parhaimmat organisaation sisäiset hakijat. (Education Portal 2013).

Sisäisen rekrytoinnin käyttö edellyttää, että yrityksellä on olemassa reaaliaikainen resurssipankki ja osaamiskartta, joista yritys voi tarpeen tullen katsoa sopivia vaihtoehtoja sisäistä rekrytointiprosessia ajatellen. Sisäisellä rekrytoinnilla on paljon etuja. Rekrytoitava tunnetaan jo ennestään ja tiedetään tämän vahvuudet ja heikkoudet. Virhemahdollisuudet vähenevät huomattavasti, koska ehdokkaan työkäyttäytyminen ja asenteet tunnetaan ulkopuolisia paremmin. Lisäksi voidaan tukea urakiertoa organisaation sisällä ja tämä puolestaan lisää työmotivaatiota ja motivaatiota nykyisten työntekijöiden osaamisen kehittämiseen. Sisäiseen rekrytointiin voi liittyä myös ongelmia. Koska henkilö tunnetaankin jo ennestään, saatavat aikaisemmat ristiriidat ja erimielisyydet työpaikalla nousta sisäisen rekrytoinnin esteeksi. (Vaahtio 2005, s. 36–39).

### **3.4.2 Ulkoinen rekrytointi**

Jos sisäinen rekrytointi ei tuota tulosta tai ei ole yritykselle juuri sopivin tapa toteuttaa rekrytointia, on rekrytointipiiriä laajennettava. Se tapahtuu ilmoittamalla avoimesta työpaikasta käyttäen yritykselle sopivinta rekrytointikanavaa. (Markkanen 2005, 64–65)

Ulkoinen rekrytointi on nykyään vakiintunut tapa täyttää avoimia työpaikkoja. Se soveltuu erityisen hyvin käytettäväksi, kun toimintoja suunnataan uudelleen ja yrityksen resurssitarve muuttuu tai kasvaa. Ulkoisella rekrytoinnilla voidaan saada sellaista osaamista, jota yrityksellä ei vielä ennestään ole. (Vaahtio 2005, 36–39.)

### **3.4.3 Oppilaitosyhteistyö**

Oppilasyhteistyö on oivallinen tilaisuus, mikäli yritys pystyy tarjoamaan hyvää lopputyön tekopaikkaa. Opinnäytetyötään tekevät opiskelijat voivat antaa konkreettisen työnäytteen paitsi ammatillisesta osaamisestaan, myös ahkeruudestaan, asenteestaan ja sosiaalisuudestaan. (Markkanen 2005, 57.)

Oppilaitosyhteistyö on yrityksen ja koulutusyksiköiden välistä yhteistyötä. Yhteistyön avulla eri koulutusasteiden opiskelijoille voidaan tarjota tietoa ja kokemusta erilaisista työtehtävistä ja työelämästä. Useimmiten yhteistyö liittyy opiskelijoiden työssä oppimiseen tai lopputyön tekoon. Opiskelijat voivat vierailla yrityksessä tai yrityksen edustaja voi käydä oppilaitoksessa kertomassa alasta. Työelämän edustajia on usein mukana myös oppilaitoksien kehittämissryhmissä, hallituksissa ja neuvottelukunnissa.

Yrityksien näkökulmasta oppilaitosyhteistyö voi olla osa vastuullista yritystoimintaa ja se vaikuttaa siihen, millaisia mielikuvia opiskelijoille syntyy työelämästä ja eri toimialasta. Yhteistyöllä rakennetaan hyvää työnantajakuvaa ja voidaan varmistaa osaavan henkilöstön saatavuutta tulevaisuudessakin. Oppilaitosyhteistyö on lisääntynyt viime vuosina. Ammattikorkeakouluissa yhteistyö liittyy useimmiten korkeakouluharjoitteluun ja opinnäytetöihin, joita tehdään paljon yritysten toimeksiantojen pohjalta. Projekti voi lähteä liikkeelle yrityksen ongelmasta, johon pyritään hakemaan ratkaisua työnantajan, opiskelijoiden ja ohjaavan opettajan yhteistyöllä. Korkeakoulujen ja työelämän yhteistyö on tärkeää varsinkin opiskelijoiden työllistymisen kannalta. Opiskelujen aikana tullut työkokemus helpottaa huomattavasti koulutusta vastaavan työn löytymistä valmistumisen jälkeen. Myös yritys, jonka kanssa oppilaitos ja opiskelija on aikaisemmin ollut yhteistyössä, voi

palkata henkilön myöhemmin esimerkiksi vakituiseksi työntekijäksi. (Verke 2015.)

#### **3.4.4 Henkilöstön vuokraus**

Henkilöstövuokrausta ei voida kutsua rekrytoinniksi, mutta se on kuitenkin hyvä tilapäisratkaisu äkillisiin henkilöstötarpeisiin. Nykyään henkilöstövuokraus on melko yleistä kaikissa kehittyneissä maissa. Myös Suomessa sekä vuokratyövoiman tarjonta että kysyntä ovat lisääntymässä, ja vuokrauksesta on tullut entistäkin varteenotettavampi vaihtoehto henkilöstöä etsiville yrityksille. Henkilöstövuokrauksen etuja yritykselle ovat vaivattomuus ja riskittömyys. Vuokrauksessa henkilö on rekrytoitu vuokrausyritykseen, joka tarjoaa vastiketta vastaan työntekijöitä suorittamaan toisen yrityksen (käyttäjäyrityksen) teettämää työtä. Käyttäjäyritys on se, joka valvoo ja johtaa työtä. Vuokrayritys maksaa työntekijälle työehtosopimuksen mukaisen palkan sekä vastaa kaikista työnantajan lakisääteisistä kuluista, kuten työterveyshuollosta. Mahdollisen sairausajan palkan maksuvelvollisuus on vuokrausyrityksellä. Henkilöstönvuokraus on parhaimmillaan tilapäisratkaisuna ja melko harvoin yritys voi perustaa henkilöstösuunnitelmansa ainoastaan vuokratulle työvoimalle. Onnistuneet vuokraukset voivat toimia väylänä rekrytointiin ja lopulta jopa pitkäkestoisiin ja onnistuneisiin työsuhteisiin. (Vaahtio 2005, 126–127.)

#### **3.5 Rekrytointikriteerit**

Rekrytoinnissa tulee olla selkeät kriteerit. Ilman selkeitä kriteereitä rekrytointi voi mennä helposti pieleen. Selkeästi määritellyt kriteerit ohjaavat rekrytointia ja kertovat, mitä yritys on hakemassa. Selkeät kriteerit toimivat myös hakijoiden näkökulmasta oikeudenmukaisuuden varmistajina. Rekrytointikriteereitä hakiessa, tulisi miettiä, mikä erottelee erinomaisen suoriutujan keskiverrosta. On myös hyvä muistella kokemuksia aikaisemmista rekrytointitilanteista sekä niiden onnistumisista ja epäonnistumisista. Keskeisimpiä rekrytointikriteerejä miettiessä olisi hyvä pohtia, mitkä ovat sellaisia osaamisia, joita hakijalla tulisi ehdottomasti olla, ja mitkä taas ovat sellaisia osaamisia, joita henkilö voi oppia työn ja koulutuksen



kautta. Rekrytointikriteerien määrä kannattaa pitää mahdollisimman pienenä. Kriteereitä voi olla enemmän tai vähemmän, riippuen työtehtävän haasteellisuudesta, mutta mikäli niitä tulee liikaa, on ehdottoman tärkeää karsia ja pitää mukana vain kaikista tärkeimmät kriteerit.

Kovenevassa rekrytointikilpailussa hyvistä työntekijöistä on jo nyt työmarkkinoilla useissa tehtävissä selkeä pula. Haasteellisessa rekrytointitilanteessa yrityksen tulee miettiä, millaisia henkilöitä juuri heidän tulisi rekrytoida saadakseen parhaimmat mahdolliset työntekijät rekrytoitua. Nykyään ei voida pelkästään rekrytoida sillä kriteerillä, että hakijalla on oltava jokin tietty taito, vaan yrityksen tulee olla valmis myös kouluttamaan henkilöä tulevaan työtehtävään. (Salli & Takatalo 2014, 15.)

On erittäin tärkeää puntaroida henkilökriteerien realistisuutta suhteessa vallitsevaan markkinaan. Kriteereitä läpikäydessä yrityksessä saattaa tulla tunne, että haluaa täyttää kaikki mahdolliset ja mahdottomatkin asiat. Kriteerien realistisuutta on syytä puntaroida, sillä muuten voidaan päätyä hakemaan mahdotonta, jolloin voi olla mahdotonta löytää sopiva henkilö täyttämään paikka. Kriteereitä puntaimalla luodaan automaattisesti paremmat mahdollisuudet rekrytinnin onnistumiselle. (Empore 2014.)

### **3.6 Median valinta ja tyypillisimmät rekrytointikanavat**

Rekrytointi-ilmoituksien tavoitteena on käyttää sitä mediaa, jonka välityksellä työvoimaa etsivä yritys arvelee tavoittavansa juuri itseään kiinnostavan hakijakunnan, eli kaikkien potentiaalisimmat työnhakijat. Oikeiden ihmisten tavoittamisen kannalta on siis ehdottoman tärkeää, että oikea tai oikeat hakukanavat otetaan käyttöön. Hakuajan ei yleensä kannata olla kovin pitkä, yleensä reilu viikko riittää. Sosiaalisessa mediassa tulee huomioida, että ilmoitukset tulee uusia mahdollisimman usein, koska verkko elää jatkuvasti. Seuraavassa on käyty läpi tyypillisimpiä rekrytointikanavia ja niiden erityispiirteitä.

### 3.6.1 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median hyötyjä rekrytointikanavana ovat sen mukanaan tuomat kustannushyödyt, tehokkuus ja mahdollisuus kohdistaa haut tavoittamaan suoraan oikeat henkilöt. Sosiaalisessa mediassa selkeä fokus ja ytimekkyys on ehdottoman tärkeää. Viesti tulisi miettiä selkeäksi ja helposti jaettavaksi. Näin ihmiset saadaan kiinnostumaan ja sopivat hakijat aktivoitumaan. Yrityksen tulisi varmistaa, että yrityksen kotisivuilla näkyvät sosiaalisen median ikonit, joita yritys käyttää rekrytointimarkkinoinnin tukena, ja myös toisinpäin, eli esimerkiksi Facebookista tulisi käydä ilmi, mistä työnhakija löytää helposti lisätietoa rekrytoivasta yrityksestä. Automaattinen, systemaattinen sekä kohdistettu toisto on sosiaalisessa mediassa erittäin tärkeää.

Sosiaalisen median hyödyntäminen antaa loistavat mahdollisuudet potentiaalisten työntekijöiden tunnistamiseen. Akuuttien rekrytointitarpeiden oheen kannattaa kehittää myös toisenlainen strategia, jossa voidaan kerätä verkostoa potentiaalisista tulevaisuuden työntekijöistä. Näihin henkilöihin voidaan olla milloin vain helposti yhteydessä ja keskustella rohkeasti yhteisestä tulevaisuudesta. Tällä tavoin voidaan laittaa ”siemen itämään” henkilöiden ajatusten taustalle, ja vaikka he eivät juuri silloin olisikaan hakemassa uusia haasteita, pitävät he luultavasti tämän mahdollisuuden mielessään, kun miettivät seuraavia haasteita.

Sosiaalisen median kanavia, joita yritys voi hyödyntää rekrytoinnissa ovat esimerkiksi Facebook, LinkedIn, Youtube, Twitter, Google+ ja Pinterest.

Näiden lisäksi verkossa toimivia rekrytointikanavia ovat esimerkiksi Monster.fi, joka on Suomessa edelleen yksi tunnetuimmista internetpohjaisista hakukanavista, ja se on suunnattu sekä hakijoille että työnantajille. Palvelussa on laaja CV-pankki ja tätä kautta siellä on jo itsessään hyvä mahdollisuus löytää nopeasti sopiva henkilö avoimeen tehtävään. Oikotie.fi on toinen internetpohjainen ja Suomessa laajasti tunnettu hakukanava, jonka sähköinen rekrytointijärjestelmäpalvelu säästää sekä aikaa ja vaivaa; palvelu kerää hakemukset samaan paikkaan, hoitaa raportointia ja tukee hakijaviestinnän hoitamista. Myöskään [www.mol.fi](http://www.mol.fi) -sivustoa ei voi unohtaa. Tämä on yksi Suomen tunnetuimmista ja seuratuimmista kanavista aktiivisten työnhakijoiden keskuudessa. (Markkanen 2005, 87.)

Rekrytointi tulee tapahtumaan yhä enenevässä määrin internetissä. Sosiaalisen median kanavien lisäksi on hyvä miettiä, mitä internetissä toimivia palveluntarjoajia yrityksessä käytetään ja miten nämä rakentavat brändimielikuvaa. Sosiaalinen media on tärkeä väline yrityskuvan rakentamisessa. Kun sosiaalisen median postaukset ovat tarpeeksi mielenkiintoisia, potentiaaliset työnhakijat kiinnostuvat yrityksestä, alkavat seuraamaan sitä aktiivisemmin ja hakeutuvat mahdollisesti sinne töihin. Sosiaalinen media tulee myös muuttamaan rekrytointia entistä visuaalisemmaksi. Visuaalisuus on jo tiedonkäsittelynkin kannalta erittäin positiivinen asia. Tapahtuipa rekrytointi netissä tai lehdessä, olisi yrityksen hyvä miettiä, kuinka visuaalisuutta voisi ilmoituksissa hyödyntää. (Salli & Takatalo 2014, 31–40.)

### **3.6.2 Lehti-ilmoitukset**

Lehti-ilmoituksissa yrityksen tulee ottaa ehdottoman tarkasti huomioon se, mihin lehteen rekrytointi-ilmoitukset laitetaan. Koska internetilmoitukset eivät välttämättä edelleenkään aivan kaikkia potentiaalisia työnhakijoita tavoita, kannattaa ainakin joissain tapauksessa käyttää lehti-ilmoituksia. Ilmoituksien tulisi olla lyhyitä ja ytimekkäitä, mutta sisältää kaikki tärkeä tieto yrityksestä, työkuvausta ja hakijan osaamisvaatimuksista. Koska lehti-ilmoitus ei voi olla kovinkaan pitkä, tulisi se suunnitella huolella, jotta se varmasti tavoittaa kaikki potentiaaliset hakijat.

### **3.6.3 TE-palvelut**

Työ- ja elinkeinopalvelut eli TE-palvelut tarjoavat maksutta palveluja työnhakijoille, jotka asuvat Suomessa tai haluavat Suomeen töihin.

TE-palveluja tuottavat työ- ja elinkeinotoimistot sekä työvoiman palvelukeskukset. TE-toimistojen tärkeitä yhteistyökumppaneita ovat esimerkiksi oppilaitokset, kunnat ja kolmannen sektorin toimijat.

TE-toimistojen asiakaspalvelu auttaa työnantajia ja työnhakijoita kolmella eri palvelulinjalla, joihin kuuluvat työnvälitys- ja yrityspalvelut, osaamisen kehittämisspalvelut ja tuetun työllistymisen palvelut.

Työnvälitys- ja yrityspalvelut ovat tarpeellisia, kun henkilöllä on työkokemusta, riittävä ammatillinen osaaminen ja hakee työkokemustaan vastaavaa työtä Suomesta tai EU-maista. Osaamisen kehittämisspalveluista saa tietoa, kun tarvitsee lisää koulutusta ja osaamista, jotta voi työllistyä. Linja auttaa myös, kun suunnitelmissa on ammatin tai alan vaihto. Tuetun työllistymisen palvelut auttavat, kun tarvitaan TE-palvelujen lisäksi esimerkiksi terveystalveluja. Tätä kautta saa yksilöllistä tukea työelämän vaatimusten tai pelisääntöjen hallintaan tai toimintaan työyhteisössä. (TE-palvelut 2014.)

#### **3.6.4 Puskaradio**

Kun ihmiset kertovat avoimesti muille kokemuksistaan, heitä yleensä uskotaan. Jos he kehuvat jotain tuotetta, heidän tehtävänään ei yleensä ole edistää tuotteen myyntiä vaan he seisovat vilpittömästi tuotteen takana. Tällöin voidaan olla varmoja, että tuote toimii.

Tarinoita kertomalla voidaan hallita puskaradiota, suusanallista viestintää (*word-of-mouth*). tarinat ovat vanhin viestintäkanava, jota käytettiin jatkuvasti ennen sähköistä ja painettua viestintää.

Tarinat leviävät verkostoissa eli yhteisöissä. Ihmiset kuuluvat useisiin eri yhteisöihin: työyhteisöön, vapaa-ajalla perhe- ja harrasteyhteisöihin jne. Yhteisöissä kerrotaan tarinoita, jaetaan kokemuksia, keskustellaan tärkeistä asioista ja samalla markkinoidaan huomaamattomasti tuotteita, palveluita ja yrityksiä.

Suusanallinen viestintä ja verkostot eivät ole vain markkinointikanavia, vaan niitä hyödynnetään monessa muussakin kriittisessä toiminnossa, myös rekrytoinnissa.

Ottamalla henkilökohtaiset verkostot rekrymarkkinoinnin käyttöön, annetaan todella vahva viesti yrityksestä. Kun kaveri kertoo toiselle, että hänen työpaikassaan olisi sopiva paikka auki, hän suosittelee omaa työpaikkaansa. Suositellessaan ystäväänsä hän toimii puolestapuhujana. Ellei hän olisi varma rekrytoinnin onnistumisesta, hän tuskin kertoisi asiasta. Omien henkilökohtaisten verkostojen antaminen käyttöön on myös merkki hyvästä työilmapiiristä ja samalla motivoituneesta työntekijästä. (Putkinen 2011.)

### **3.7 Mihin yritykset tai työnantajat kiinnittävät rekrytoinnissa huomiota**

Kaikki rekrytoijat hakevat hyvää työntekijää, vaikka työnantaja ei välttämättä edes suoraan osaa ilmaista, mitä sillä viime kädessä tarkoitetaan. Kuitenkin kun hyvä työntekijä osuu kohdalle, tunnistetaan hänet lähes heti. Hyvän työntekijän kriteerit voivat olla erittäin laajat ja vaihtelevat varmasti jokaisen rekrytoijan tapauksessa erittäin suuresti. Hyvä työntekijä voi olla esimerkiksi sopivan ikäinen, toiminut aikaisemmin yrityksen toimialalla, sosiaalinen, nainen, mies, korkeasti koulutettu tai hyvät työkokemukset omaava. Kuitenkin sukupuolesta riippumatta työtehtävät vaativat tekijältään tiettyä osaamista ja henkilökohtaista soveltuvuutta. Työnantajalla on täysi oikeus odottaa työsuorituksia ja tuloksia, olipa työntekijänä mies tai nainen, vanhempi tai nuorempi. Johtajatehtävään hakevalta vaaditaan esimerkiksi kykyä kantaa vastuuta ja jakaa sitä, sekä kykyä visioda ja organisoida. Näissä kriteereissä ei voida esimerkiksi sanoa, onko paras vaihtoehto mies vai nainen, vaan luultavasti päätös lähtee siitä, onko työnhakija tarpeeksi hyvä kyseiseen tehtävään. Lehti-ilmoituksista ja muista työpaikkailmoituksista käy ilmi, että suurimman osan rekrytoijien mielestä hyvä työntekijä täyttää ainakin seuraavat kriteerit; joustava, luotettava, asiakaspalvelutaitoinen, aktiivinen, vastuuntuntoinen, ahkera, ystävällinen, avoin, positiivinen. Työpaikkailmoituksista löytyy myös paljon muita ominaisuuksia, jotka työnhakijan tulisi täyttää, jotta olisi juuri se henkilö, kenet yritys haluaa palkata.

Voidaan sanoa, että hyvän työntekijän tulisi ajatella niin kuin yritys olisi hänen omansa ja hän edustaa kunnialla työnantajaansa myös vapaa-aikanaan. Työn-

hakijalta odotetaan yleensä myös joustavuutta työajoissa, ja hänen tulisi varsin-kin vuorotyössä olla valmis tekemään myös yllättäviä viikonloppu- tai iltavuoroja. Uuden oppiminen ja kiinnostus jakaa osaamistaan on myös ominaisuus, joka voi olla ratkaiseva tekijä valinnassa. Suurin osa näistä vaatimuksista ovat kuitenkin perusominaisuuksia hyvälle palkansaajalle, joka hoitaa työnsä kuten on sovittu ja on muutenkin kaikin puolin kunnon ihminen.

Kaikki muu on yleensä rakennettavissa paitsi työnhakijan persoona. Henkilökohtainen soveltuvuus voi joskus olla jopa tärkeämpi ominaisuus kuin ammattitaito. Jos osaamista ja henkilökohtaista soveltuvuutta ei voida saada samassa persoonassa, voidaan usein kuitenkin valita esimerkiksi se ammatillisesti epäpätevä, mutta muuten mieleinen henkilö, joka voidaan kouluttaa itse. Uskon, että tämä pätee aika monella yrityksellä. Vaikka toki ammattitaito on hyvin tärkeä asia, on ihmisen persoona se, johon yrityksen on hankala tehdä muutoksia. Ammattitaito ja hyvä koulutus eivät välttämättä siis ole tekijöitä, jotka takaisivat suoraan pääsyn työpaikkoihin. Samoja ominaisuuksia haetaan kaikkialla, missä rekrytoinnista puhutaan, ja samat kriteerit toistuvat melkein jokaisessa työpaikkailmoituksessa, oli kyseessä mikä työtehtävä tahansa.

Hyvää asiakaspalvelutaitoa edellytetään yhä useammin muiltakin kuin varsinaisissa palveluammateissa toimivilta. Tämä voi johtua siitä, että yrityksen tilanteet voivat vaihdella nopeasti, toimenkuvia joudutaan muuttamaan ja niiden rajat voivat poistua. Työnantajat haluavat kiinnittää rekrytoinnissa huomion sellaiseen, mikä on teknistä osaamista pysyvämpää, eli ihmiseen itseensä.

Toisinaan yritykset voivat vaatia hakijalta esimerkiksi kolmen eri kielen taitamista, vaikka työssä pärjää pelkällä äidinkielellä. Näihin perusteluna voi olla se, että henkilö halutaan palkata yritykseen ja tulevaisuutta ajatellen kielitaidolle voidaan ajatella olevan käyttöä. On kuitenkin rekrytoijan asia miettiä, mitä yritys oikeasti tarvitsee, ja rakentaa odotukset ja kriteerit työnhakijoille sen mukaan. (Vaahtio 2005, 63–70.)

## 4 REKRYTOINNIN TOTEUTTAMINEN

Rekrytointia voidaan alkaa toteuttamaan, kun rekrytointiprosessi on suunniteltu tarpeeksi hyvin. Ensimmäinen askel rekrytoinnin toteuttamiseen on laatia hyvä työpaikkailmoitus ja etsiä mahdollisimman hyvä rekrytointikanava, josta yritys tavoittaa halutun kohderyhmän. Seuraava askel rekrytoinnin toteuttamisessa on työhakemuksien vastaanotto. Tämä vaihe vaatii keskittymistä ja hakemuksien ymmärtämistä. Hakemuksien perusteella on osattava valita paras tai parhaimmat mahdolliset hakijat, oli niitä sitten yksi tai kaksikymmentä. Kun hakemukset on käyty läpi ja ehdokkaat valittu, on työhaastattelujen aika. Kukin toteuttaa työhaastattelun yritykselleen sopivimmalla tavalla, mutta on tärkeää, että haastattelut ovat onnistuneita, niistä saadaan tarpeeksi paljon tietoa hakijasta ja että haastattelun perusteella on mahdollisuus tehdä ratkaisu siitä, kenet yritykseen halutaan palkata. Haastattelun jälkeen on aika valita paras tai parhaat ehdokkaat ja ilmoittaa kaikille hakijoille, onko heidät valittu vai ei. Tämän prosessin jälkeen yritys on valmis ottamaan uuden henkilön vastaan ja saamaan vastinetta odotuksille. (Vaahtio 2005, 129–149.)

Liiketoiminnassa on yleisesti kolmen tyyppisiä tehtäviä, joihin haetaan työvoimaa.

*Korkean vaihtuvuuden tehtävät*, joihin rekrytointitarpeet yleensä ovat suurimmat, mutta itse rekrytoinnista voidaan selvitä suhteellisen nopeasti ja vaivattomasti. Tähän hakijaryhmään tulisi kohdistaa jatkuvat rekrytointikampanjat. Ammattitaitoisesti rekrytoivat yritykset valmistautuvat tuleviin tarpeisiin työnantajamielikkävää rakentavilla ja ylläpitävillä rekrytointikampanjoilla, vaikka juuri silloin ei rekrytointitarvetta olisikaan. Korkean vaihtuvuuden tehtävien etuna on se, että yritys saa säännöllisesti kokeilla uusia tekniikoita, joilla toteuttaa entistäkin parempaa rekrytointia.

*Kohtalaisen vaihtuvuuden tehtävät* ovat tehtäviä, jotka avautuvat harvemmin yrityksen liiketoiminnalle oleellisimmassa osissa. Kyseessä voi olla esimerkiksi esimies- tai johtoportaan tehtävä. Tällaisten tehtävien kohdalla paras tapa vähentää

rekrytointiin kuluvaan aikaan ja vaivaa on koota resurssipankki, johon yritys voi turvautua heti tarpeen tullen. Kun yritys yhdistää tämän kohdistettuun rekrytointikampanjaan

verkossa, voi tuloksena olla hyvä joukko työnhakijoita, joista yritys voi valita parhaimmat hakijat.

*Matalan vaihtuvuuden tehtävät* ovat yrityksen kannalta strategisia tehtäviä, joihin rekrytoidaan huomattavasti harvemmin uutta työvoimaa. Näissä tilanteissa nopea tehtävän täyttö ei ole yhtä tärkeää kuin oikean henkilön löytäminen. Yrityksen tulisi pysyä ajan tasalla siitä, ketkä alalla saattaisivat olla valmiita vaihtamaan tehtävää, jotta tarpeen tullessa yrityksellä olisi valmiiksi tiedossa parhaat käytettävissä olevat henkilöt paikan täyttämiseen.

Ennen rekrytointikampanjan suunnitelmia, yrityksen tulisi kerätä kaikki asiaan liittyvät tahot yhteen ja sopia aikatauluista, jotka kaikki voivat hyväksyä. Aluksi tulee selvittää tarkasti, keitä tarvitaan mukaan prosessiin missäkin vaiheessa ja milloin kyseiset henkilöt ovat käytettävissä.

Haastatteluille tulee varata paljon aikaa ja aikatauluista tulisi pitää kiinni mahdollisimman tarkasti. Kun lopullinen päätös tulisi tehdä, olisi hyvä keskustella organisaation ylempien tahojen kanssa. Tilapäiset työntekijät voivat usein olla hyvä asia yritykselle, eikä heidän arvoaan tulisi väheksyä. Yrityksen saattaa myös olla parempi turvautua aluksi vuokratyöntekijään kunnes oikea vakinainen henkilö löytyy, kuin pikaisesti palkata uusi työntekijä, joka ei ole sopiva yritykselle. Vaikka lyhyen aikavälin kustannukset saattavatkin olla korkeammat, jäävät kulut huomattavasti pienemmiksi kuin huonon rekrytoinnin toteutuessa. (Salli & Takatalo 2014, 15.)

#### **4.1 Työpaikkailmoitus**

Mitä tahansa rekrytointikanavaa päätetään käyttää, on työtehtävä ja sen vaatimukset muotoiltava sellaiseksi sanalliseksi viestiksi, joka tavoittaa juuri halutun



kohderyhmän. Työpaikkailmoitus voi olla sanoma- tai ammattilehdessä, internetissä tai vaikka yrityksen ilmoitustaululla, mutta sen pitää sisältää tietyt asiat, jotta paikka saadaan varmasti täytettyä. Ilmoituksen tulee sisältää kaikki potentiaalisten hakijoiden tarvitsema tieto. Jokainen työpaikkailmoitus kertoo yrityksessä paljon, halutaan sitä tai ei. Ilmoitus voi luoda yleisön keskuudessa joko myönteisiä tai kielteisiä mielikuvia. Monet voivat lukea työpaikkailmoituksia pelkästä mielenkiinnosta, joten ilmoitukset tulee suunnitella niin, että ne antavat aina mahdollisimman positiivisen ja hyvän kuvan yrityksestä. Työpaikkailmoitus on siis markkinointia. Sillä markkinoidaan avointa työpaikkaa henkilöille, joiden toivotan hakevan paikkaa. Ilmoituksen tulee ehdottomasti herättää potentiaalisten työnhakijoiden mielenkiinto ja vakuuttaa heidät siitä, että paikkaa kannattaa hakea ja siihen kannattaa panostaa.

Ilmoituksen tyylin tulee samaistua yrityksen toimialan ja imagon kanssa ja tekstin tulee olla sujuvaa sekä kielen virheetöntä. Ilmoituksen tulee olla asiallinen, koska koskaan ei voi tietää kuka sen lukee ja mitä lukija siitä ajattelee. Mitä enemmän poiketaan asiatyylisestä, sitä suurempi mahdollisuus yrityksen on sotkeutua hyvän maun rajojen ulkopuolelle. Kuten kaikessa muussakin, myös työpaikkailmoituksessa asiallinen tyyli ja totuttu järjestys herättää luottamusta. (Vaahtio 2005, 129–136.)

Ilmoituksessa tulee esitellä yritys lyhyesti, ja pitää huolta siitä, että sen sijainti tiedostetaan. Yrityksen päätuotteet esitellään lyhyesti, voidaan myös mainita henkilöstön määrä, liikevaihto, päävientimaat ja vastaavia tietoja. Yrityksestä annetun kuvan tulee aina pitää paikkaansa. Ilmoituksessa ei siis voida markkinoida yritystä esimerkiksi ”kasvavana yrityksenä”, mikäli yritys ei sitä ole. Myöskään nimike ei saa antaa tahallisesti tai tahattomasti virheellistä kuvaa työtehtävästä. Ilmoituksien lukijoita ei siis missään nimessä saa johtaa harhaan työpaikkailmoituksessa. Tehtäväkuvauksen tulee olla sellainen, että ne, joille ilmoitus on suunnattu, ymmärtävät varmasti mitä ilmoituksessa tarkoitetaan ja mitä sillä haetaan. Yksityissektorilla pätevyysvaatimukset voidaan ilmaista väljästi, jolloin jätetään tie auki monenlaiselle koulutuksen ja työkokemuksen yhdistämiselle. Julkissektorilla taas asetuksen mukaiset pätevyudet ovat sääntö.

Koko rekrytointiprosessin tulee olla näkyvä ja suuren yleisön tulee saada tietää, millä perusteilla valintoja tehdään. Kaikki oleelliset asiat tulisi aina ilmoittaa työpaikkailmoituksessa. Jos esimerkiksi työ vaatii paljon matkustamista, tulee siitä erikseen kertoa jo ilmoituksessa. Näin saadaan jo osittain oikea hakijaryhmä kiinnostumaan.

Kun hakemuksen lopussa haulle on annettu määräaika ja yrityksen yhteystiedot on kerrottu selkeästi, on hakemus jo pitkälti sellainen, että se voidaan julkaista. (Wahl 2011.)

## **4.2 Työhakemus**

Hyvä työpaikkahakemus ja CV on räätälöity juuri avoimena olevaan työtehtävään. Hakemuksen tulisi erottua mahdollisimman selkeästi joukosta, koska hakemuksia voi tulla satoja, riippuen hieman yrityksestä ja avoimesta tehtävästä.

Työhakemuksessa tulisi kertoa, miten hakija täyttää kyseisen työtehtävän valintakriteerit. Siinä tulee myös käydä ilmi muut hakijan vahvuudet, varsinkin jos niistä on hyötyä haettavassa työssä. Mikäli hakemus tehdään muihin kuin juuri oman alan työtehtäviin, on hakemuksessa hyvä arvioida, miten oma osaaminen soveltuu tehtävään. Pitkiä poissaoloja työelämästä ei hakemuksessa kannata selvittää, mutta on hyvä kertoa neutraalisti myös vaikeista asioista. Työhakemuksella pitää pyrkiä erottautumaan, sillä hyvä hakemus on mahdollisuus tulevaan työhaastatteluun. Erottuminen voi olla helppoa, mutta eduksi erottuminen taas hieman hankalampaa. Myös hakemuksen lukijoilla on erilaisia mieltymyksiä ja joskus vaikutuksen voi tehdä myös pidempi ja normaalista poikkeavampi, markkinoiva hakemus. Hakemus voi olla luova, kunhan se ei poikkea liikaa yleisistä asiakirjastandardeista. Rekrytoijan on helpompi tulkita hakemuksia, kun tietyt asiat löytyvät tietyiltä paikoilta hakemuksesta. Hyvä hakemus on myös visuaalisesti houkutteleva, selkeä ja virheetön sekä ymmärrettävissä ensilukemisella. (TE-palvelut 2014.)

### 4.3 Työhaastattelu

Työhakemuksien arvioinnin jälkeen seuraava askel on työhaastattelu. Työhaastattelu on tärkeä sekä rekrytoijalle että työnhakijalle, koska se on hyvä mahdollisuus saada tietää, onko hakija sopivin mahdollinen kyseiseen työtehtävään. Haastattelussa ei ole oikeaa eikä väärää tapaa ja jokainen voi valikoida yritykselleen parhaimman haastattelutekniikan. On kuitenkin muutamia vaihteita, jotka jokaisessa haastattelussa olisi hyvä käydä läpi, jotta työnhakijat voidaan arvioida tehokkaasti ja oikein. Oikean haastattelutyyppin valinta on tärkeää, kun yritys pyrkii tehokkaaseen haastatteluprosessiin. Jotta kaikkia ehdokkaita voitaisiin arvioida tasapuolisesti, tulisi muistaa käyttää samaa haastattelutyyppiä kaikkien hakijoiden kanssa.

Puhelinhaastattelut suorittaa yleensä henkilöstöhallinnon jäsen, eikä sen osaston päällikkö, jossa paikka on avoimena. Tarkoituksena tällä on saada vastaukset niihin kysymyksiin, jotka nousivat esille hakijoiden CV:stä. Puhelinhaastattelu voi olla hyvä vaihtoehto, jos yrityksellä on tiukka aikataulu, koska sen avulla voidaan suorittaa useita haastatteluja vain muutaman tunnin aikana. Puhelinhaastattelu on keskeinen haastattelutapa varsinkin niiden tehtävien yhteydessä, joissa hyvä puhelinkäytös on erityisen tärkeää. Tällä haastattelutyyppillä voi kuitenkin olla hankala saada tietoon hakijan kokonaiskuva, persoona, ulkonäkö jne.

Tekniset haastattelut ovat sitä varten, jos yrityksen tulee saada tietoon, onko henkilö kykenevä kyseiseen työtehtävään. Eli hakija laitetaan konkreettisesti tekemään sitä työtä. Tämä voi tarkoittaa mitä tahansa lyhyestä testistä pidempään koetyöjaksoon. Mikäli ehdokkaita on useampi, on tärkeä antaa kaikilla sama tehtävä, jotta hakijoiden osaamista on helpompi arvioida.

Ryhmähaastattelu on vähemmän käytetty menetelmä, jota kuitenkin edelleen käytetään tietyissä olosuhteissa esimerkiksi suuren hakijajoukon arviointiin kerralla. Hakijoille annetaan tehtävä, jolla pystytään arvioimaan heidän persoonallisuuttaan, työskentelytyylejään, kykyä johtaa ja paineensietokykyä.

Kompetenssihaastattelut suoritetaan kasvotusten ja niiden tarkoituksena on selvittää, onko työnhakijalla työn vaatimaa osaamista ja kokemusta. Näissä tulisi

tiedostella hakijalta sellaisista tilanteista, joissa hakija on suorittanut samankaltaisia tehtäviä. Mistä suurista haasteista hakijat ovat selviytyneet ja mistä he ovat eniten ylpeitä aikaisemman kokemuksensa suhteen?

Paneelihaastattelu on vähemmän käytetty menetelmä, vaikka sitä edelleen suositaan yrityksissä, joissa nähdään hankalaksi saada samat tiedot kaikille rekrytointipäätökseen osallistuville. Nämä haastattelut pidetään yleensä yhden päivän aikana. Hakijat tuodaan noin viiden henkilön eteen ja usein hakijoiden tulee pitää jonkinlainen esitelmä.

Yllä olevia haastattelutyppejä voidaan käyttää joko yksistään tai yhdistettynä, riippuen rekrytoivan yrityksen tarpeista. (monster.fi)

Henkilö tai henkilöt, jotka yrityksestä osallistuvat haastatteluun, riippuu täysin tehtävästä, johon uutta työntekijää ollaan hakemassa. Henkilöstöhallinnon edustajan tulisi aina olla mukana, kuten myös palkkaavan osaston esimiehen. Haastattelutilanteeseen voisi olla myös hyvä ottaa mukaan nykyinen työntekijä, joka tekee vastaavaa työtä, sillä hän voi olla erittäin hyvässä asemassa selvittääkseen, kykeneekö uusi työnhakija suoriutumaan tulevasta työtehtävästä.

Haastatteluprosessissa hakija tulee toivottaa tervetulleeksi, minkä jälkeen rekrytoijan tulee esitellä itsensä ja mahdolliset muut henkilöt ja kertoa lyhyesti, miten haastattelu tulee etenemään. Seuraavana vaiheena olisi hyvä käydä lyhyesti läpi yleiskatsaus yrityksen liiketoiminnasta ja kertoa hieman tietoa tehtävästä, miksi paikka on avoimena ja mitä siihen sisältyy. Tämän jälkeen rekrytoija voi aloittaa kysymysten esittämisen ja pyytää hakijaa käymään esimerkiksi itse CV:nsä lyhyesti läpi. Tärkeimmät kysymykset kannattaa sijoittaa heti haastattelun alkuvaiheeseen, jotta ne varmasti ehditään käydä läpi huolella. Hakijalta on myös hyvä tiedustella haastattelun lopussa, jäikö hänelle jotain kysyttävää tai lisättävää. On ehdottoman tärkeää kertoa hakijalle, miten prosessi tulee etenemään, ilmoittaa mahdollisten lisähaastatteluiden aikatauluista ja siitä, miten ja milloin päätöksistä hakijoille ilmoitetaan.

Työhaastattelu on samalla hakijalle tilaisuus selvittää, haluaisiko hän työskennellä kyseisessä yrityksessä, ja haastattelijalla tilaisuus nähdä, haluaako hän juuri kyseisen henkilön täyttämään paikan. (Markkanen 2009, 212–218.)

#### **4.4 Rekrytointipäätös**

Rekrytointiprosessin loppuvaiheessa on aika tehdä rekrytointipäätös. Tässä vaiheessa yrityksellä tulee olla selkeä kuva siitä, kenet halutaan rekrytoida. Loppuvaiheessa on vielä hyvä kerrata rekrytointikriteerit ja varmistaa, että hakijat täyttävät nämä kriteerit. Rekrytointiprosessi on tärkeä viedä tehokkaasti loppuun asti. Mikäli sopivaa henkilöä ei ole löytynyt, ei yrityksen ole pakko palkata ketään, koska on tärkeää, että tuleva työntekijä täyttää annetut kriteerit ja sopii muutenkin mahdollisimman hyvin avoimeen työtehtävään. Pakkorekrytoinneilla voi olla pitkäkestoiset ja ikävät seuraukset, ja vaikka rekrytointi voikin joskus olla uuvuttava ja pitkä prosessi, ei siinä koskaan kannata hätiköidä.

Kun rekrytointipäätös on tehty, tulee yrityksen huolehtia siitä, että hakijoita tiedotetaan tästä mahdollisimman nopeasti. Pitkittynyt prosessi voi laskea työnantaja-mielikuvaa ja jopa kostautua tulevissa rekrytoinneissa. Ei-päätöksen ilmoittaminen on toki aina hankalampaa, mutta työnhakijat arvostavat, että myös se tieto kerrotaan mahdollisimman pian ja suoraselkäisesti. Yrityksen tulee olla myös valmis vastaamaan kysymyksiin, miksi juuri tätä hakijaa ei valittu avoimeen tehtävään. Nämä asiat on hyvä miettiä etukäteen, jotta rekrytoija osaa vastata hakijan mahdollisiin kysymyksiin.

Kun rekrytointiprosessi on viety maaliin, tulee yrityksen alkaa miettiä, miten valittu henkilö perehdytetään ja koulutetaan uuteen työtehtäväänsä. On ehdottoman tärkeää, että sekä kouluttaja ja perehdyttäjät osaavat asiansa ja ottavat uuden työntekijän hyvin vastaan. (Salli & Takatalo 2015, 85–87.)

## 5 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET, TOTEUTUS JA TUTKIMUSPROSESSI

Tutkimuksella on aina jokin tarkoitus tai tehtävä. Tarkoitus ohjaa tutkimusstrategisia valintoja. Kun pohditaan, mikä on sopivin tutkimusstrategia, voidaan miettiä kolmea kysymystä. Mikä on tutkimusongelman muoto? Vaatiiko tutkimus käyttäytymisen tai toimintojen jonkinasteista kontrollointia, vai pyrkiikö se kuvaamaan luonnollisesti tapahtuvia ilmiöitä? Onko tutkimuksen kohteena oleva ilmiö luonteeltaan nykyaikaan sijoittuva vai menneisyyteen kuuluva, eli historiallinen? Tutkimuksen tarkoituksena pidetään yleensä neljää seikkaa. Tutkimus voi olla kartoittava, kuvaileva, selittävä tai ennustava. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 129–130.)

Tutkimuksen tavoitteena oli kyselylomakkeen avulla selvittää, millä tavalla eri yritykset Kokkola-Pietarsaari alueella toteuttavat rekrytointia, ja mihin asioihin he erityisesti kiinnittävät huomiota rekrytoidessaan erityisesti tradenomeista uutta työvoimaa. Tradenomiopiskelijat voivat käyttää tämän tutkimuksen tuloksia avuksi hakiessaan työpaikkaa valmistuttuaan, sillä osa kysymyksistä keskittyi nimenomaan tradenomien rekrytointiin.

Tradenomi on alempi korkeakoulututkinto, joka valmistaa työelämän asiantuntija- ja esimiestehtäviin. Tradenomiksi voi opiskella 23 ammattikorkeakoulussa eri puolella Suomea. Tradenomilla on laaja-alainen ammatillinen osaaminen: käytännölliset perustiedot- ja taidot ja niiden teoreettiset perusteet hallinnon ja kaupan alan asiantuntijatehtävissä, hyvät viestintätaidot, hyvä kielitaito, edellytykset alan kehityksen seuraamiseen ja jatkuvaan kouluttautumiseen sekä alan kansainvälisen toiminnan edellyttämät valmiudet.

Muuttuvassa työelämässä ammattispesifinen tieto vanhenee nopeasti ja työntekijöiltä odotetaan yhä suurempaa joustavuutta. Tradenomi kykenee vastaamaan työelämän vaatimiin muutoksen hallinnan avainkvalifikaatioihin. Tradenomikoulutus tuottaa itsenäisiä osaajia, jotka kykenevät myös hankkimaan nopeasti ja tehokkaasti erityisosaamista.

Tradenomit sijoittuvat monelle eri sektorille, mutta valtaosa tradenomeista työskentelee yksityisellä sektorilla. Työtehtävät ovat moninaisia työelämän asiantuntijatehtäviä. Tradenomikoulutus on kehittynyt suomalaisen työelämän keskeiseksi resurssiksi. Kehityksen on taannut ammattikorkeakoulujen jatkuva laatu-työ, pedagogiset ratkaisut ja alueen työelämän tarpeista lähtevä koulutuksen sisällöllinen suunnittelu. Tradenomi-nimike on vakiintunut käyttöön ja tradenomin professio on löytänyt paikkansa työmarkkinoilla.

Tradenomien työttömyysprosentti on 2000 - luvulla ollut noin 5–7 prosenttia. Jos työttömyysprosenttiin lisätään ne tradenomit, jotka eivät tee koulutustaan vastaavaa työtä, nousee luku 20–40 prosenttiin eri tutkimusten mukaan (Tilastokeskus 2015.)

Viime vuosina korkeakoulutettujen työttömyys on yleisesti ollut kasvussa, mikä näkyy myös tradenomien työttömyysluvuissa. Vuonna 2014 lokakuussa tradenomeja oli lähes tuhat enemmän työttömänä kuin vuotta aiemmin. (Tradenomiliitto 2015.)

Toteutin kvalitatiivisen tutkimuksen, jonka tutkimusmenetelmänä käytin kyselylomaketta. Lähetin kyselylomakkeen sähköpostilla sadalle Kokkola-Pietarsaari -alueella toimivalle yritykselle, jotka voivat rekrytoida tradenomeja yritykseensä. Valitsin yritykset satunnaisesti käyttäen hyväksi internetiä ja yrityksien kotisivuja. Valitsin sekä suurempia että pienempiä yrityksiä, jotta saisin mahdollisimman paljon erilaisia näkökulmia tradenomien rekrytoinnin toteutumisesta.

Kvalitatiivisen tutkimuksen tunnistaa siitä, että se on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa, ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. Siinä suositaan ihmistä tiedon keruun ”instrumenttina”, eli tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja tutkimuksien tuloksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa suositaan laadullisten metodien käyttöä aineiston hankinnassa, eli käytetään metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat pääsevät selkeästi esille. Kohdejoukko valitaan yleensä tarkoituksellisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen. Tutkimuksessa käsitellään tapauksia ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 155.)

Kyselylomake on toteutettu Webropol-ohjelmalla. Webropol-ohjelma on selkeä käyttää, ja jokaisesta vastauksesta tulee heti tieto sähköpostiin, jolloin pystyin hyvin seuraamaan vastauksien määrää ja sitä, mitä vastaukset pitivät sisällään. Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 33 kappaletta. Otannan tuli olla suuri, koska sähköpostilla lähetettyihin kyselyihin voi olla vaikea saada tarpeeksi vastauksia esimerkiksi tietoturvasyistä tai ajankäyttöön liittyvistä syistä.

Lähetin sähköpostilla kohdeyrityksille 2.12.2014 saatekirjeen, jossa kerroin yleisesti kyselylomakkeesta. Vastausaikaa lomakkeelle oli kaksi viikkoa. Lisäksi lähetin vielä ensimmäisen viikon jälkeen kiitosviestin heille, jotka olivat jo kyselyyn vastanneet ja muistutuksen heille, jotka eivät vielä olleet vastanneet kyselyyn.

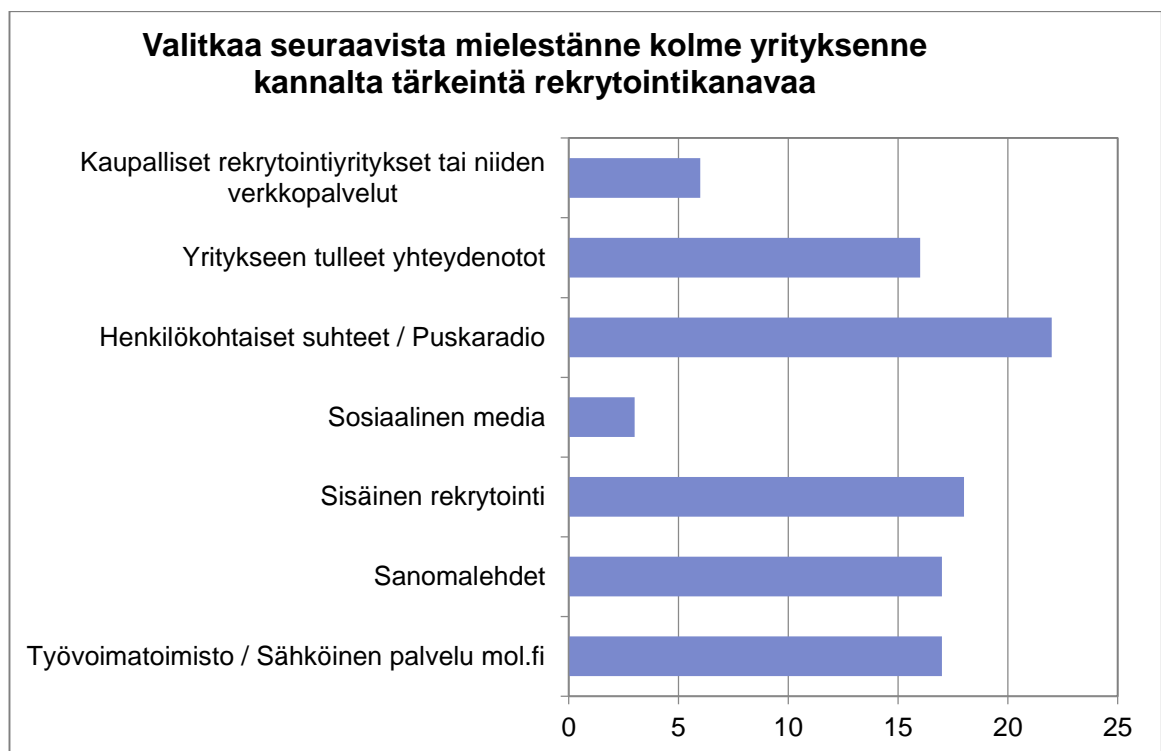
Kyselylomakkeessa oli yhteensä 13 kysymystä, jotka jakautuivat monivalinta- ja avoimiin kysymyksiin, ja lisäksi oli myös muutama kohta avoimia kommentteja varten, yleisesti koskien yksilön työmarkkinakelpoisuutta ja rekrytointia.

Valitsin kysymykset sen perusteella, mitkä omasta mielestäni sekä teorian pohjalta ovat mielenkiintoisia ja tärkeitä asioita rekrytoinnissa ja yksilön työmarkkinakelpoisuudessa. Halusin ottaa kyselyyn mahdollisimman monta avointa kysymystä, jolloin yritykset pääsevät vastaamaan omalla tavallaan ja tyylillään, ja mielestäni avoimista kysymyksistä saa myös parhaimmat ja syvällisimmät vastaukset.



## 6 TULOKSET

Aloitin kyselyn tiedustelemalla yrityksen kolme tärkeintä rekryointikanavaa. Tärkeimpiin rekryointikanaviin kuuluivat henkilökohtaiset suhteet / puskaradio, sisäinen rekryointi, sanomalehdet sekä työvoimatoimisto / sähköinen palvelu mol.fi. Näistä suurimman vastausmäärän saivat henkilökohtaiset suhteet. Vastaajien mukaan sosiaalinen media on vähiten käytetty rekryointikanava.



KUVIO 1. Yrityksen kolme tärkeintä rekryointikanavaa.

Suurin osa vastaajista olivat sitä mieltä, että henkilökohtaiset suhteet / puskaradio on yksi yrityksen tärkeimpiä rekryointikanavia (22 kpl). Seuraavaksi tärkein rekryointikanava vastaajien mielestä on sisäinen rekryointi (18 kpl). Työvoimatoimisto / sähköinen palvelu mol.fi ja sanomalehdet ovat vastauksien perusteella yhtä tärkeitä rekryointikanavia (17 kpl). Sosiaalinen media näyttäisi vielä olevan melko vähäisessä käytössä rekryoinnissa, koska ainoastaan kolme kyselyyn vastanneista pitivät sitä yrityksen kolmen tärkeimmän rekryointikanavan joukossa.

Seuraavalla kysymyksellä halusin selvittää, mitkä kolme asiaa vastaajat kokevat tärkeimpinä asioina työhakemuksessa. Tärkeimpänä asiana esille nousi se, että hakemuksessa kerrotaan selkeästi, miksi hakija on kiinnostunut juuri tästä työtehtävästä. Vähemmän tärkeinä yritykset pitivät sitä, että hakija puhuttelee hakemuksen lukijaa kohteliaasti, sekä hakemuksen oikeinkirjoitusta ja hyvää kielenkäyttöä.

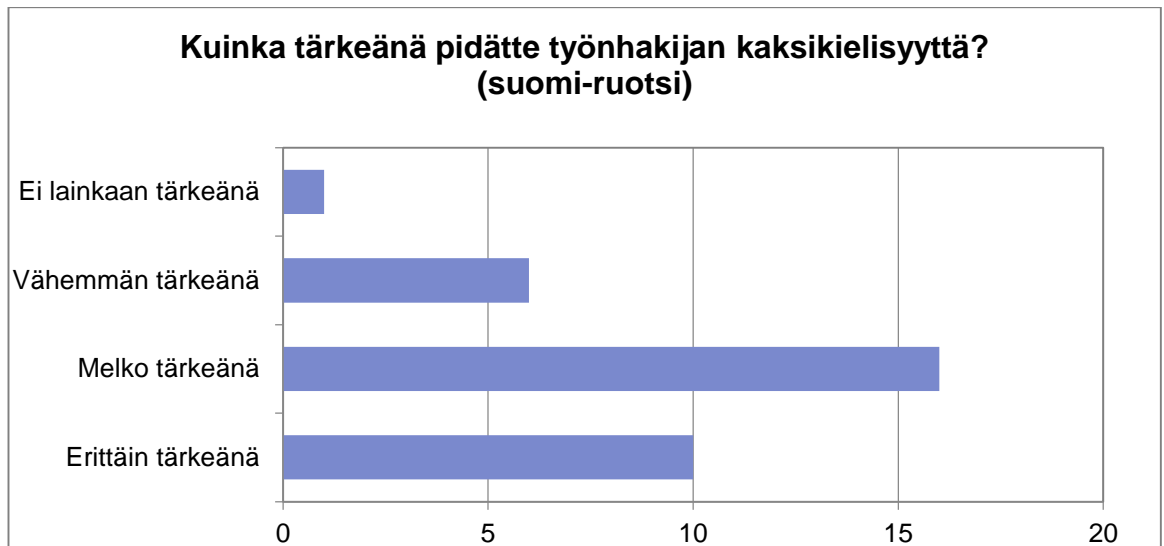


KUVIO 2. Kolme tärkeintä asiaa työhakemuksessa.

Tärkeimpänä asiana nousi se, että hakija kertoo selkeästi miksi on kiinnostunut tehtävästä (25 kpl). Vähiten tärkeinä asioina työhakemuksessa pidettiin sitä, että hakija puhuttelee hakemuksen lukijaa kohteliaasti sekä oikeinkirjoitusta ja hyvää kielenkäyttöä (10 kpl). Se, että työnhakija osaa markkinoida itseään hakemuksessa, näyttää myös olevan melko tärkeä asia. Vastauksien perusteella voidaan todeta, että hakemuksessa on tärkeä kertoa lyhyesti ja ytimekkäästi itsestään, osaamisestaan, koulutuksestaan ja työkokemuksestaan sekä mainita miksi haluaa juuri tämän työn.

Koska opinnäytetyön kysely oli kohdistettu Kokkola-Pietarsaari -alueella toimiville yritykselle, halusin selvittää, kuinka tärkeää hakijan kaksikielisyys (suomi-ruotsi)

on. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että hakijan kaksikielisyys on melko tärkeää, mutta vastaajista löytyi myös muutamia, jotka eivät pitäneet kaksikielisyyttä lainkaan tärkeänä.



KUVIO 3. Työnhakijan kaksikielisyys.

Kaksi seuraavaa kysymystä koskivat sitä, kuinka tärkeinä yritykset pitävät eri ominaisuuksia ja osaamisista, jotta työnhakija erottuisi työmarkkinoilla, ja kuinka tärkeinä he pitävät eri asioita haastattelutilanteissa. Vastausmahdollisuudet olivat seuraavat:

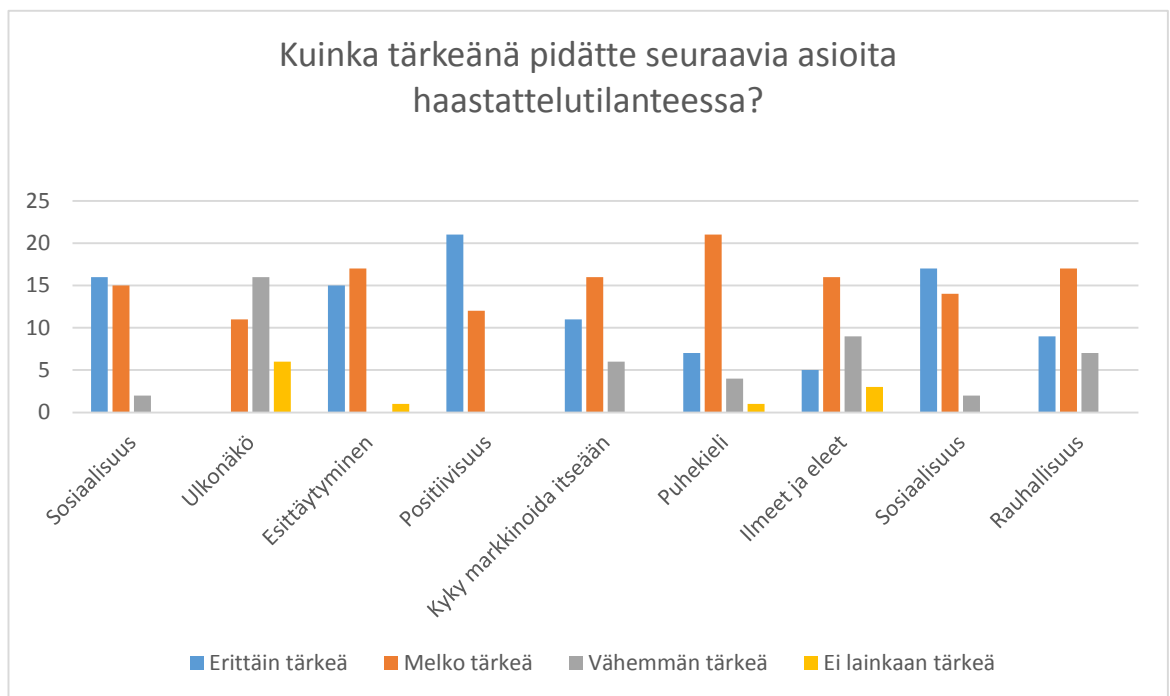
erittäin tärkeä, melko tärkeä, vähemmän tärkeä ja ei lainkaan tärkeä.

Ominaisuuksista ja osaamisista tärkeimmiksi nousivat ahkeruus ja oma-aloitteisuus, rehellisyys, maalaisjärki ja sosiaaliset taidot. Vähemmän tärkeinä ominaisuuksina ja osaamisina pidettiin erikoisammattitaitoa ja hakijan ulkoista olemusta.



KUVIO 4. Työnhakijan ominaisuudet ja osaamiset.

Haastattelutilanteissa tärkeimpinä asioina erottuivat selkeästi positiivisuus ja sosiaalisuus, kun taas ulkonäkö sekä ilmeet ja eleet eivät yrityksien mielestä olleet kovinkaan tärkeitä haastattelutilanteissa.

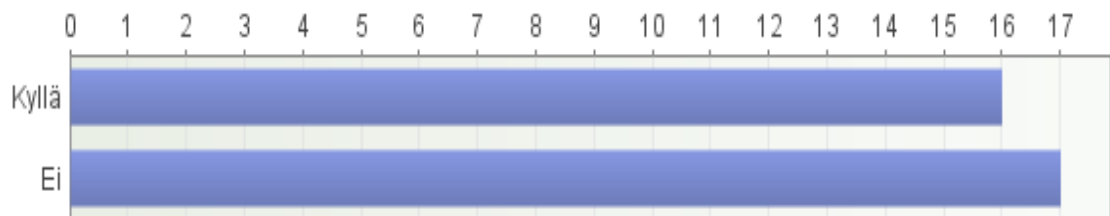


KUVIO 5. Tärkeät asiat haastattelutilanteessa.

Seuraavan kysymyksen toteutin avoimena kysymyksenä, jolla halusin selvittää, mitkä ovat yrityksen kolme ratkaisevinta yleistä rekrytointikriteeriä. Tässä kysymyksessä vastaajia oli yhteensä 21. Suurimmalla osalla vastaajista esille nousivat yleinen ammattitaito, kielitaito ja positiivisuus. Vain muutama yritys oli ottanut esiin koulutuksen ja erikoisammattitaidon. Suurempi vaikutus näyttäisi siis olevan hakijan persoonalla, luonteella sekä aikaisemmalla työkokemuksella.

Lisäksi halusin selvittää, kuinka monta hakijaa yritys ottaa työhaastatteluun ja annetaanko hakijalle palautetta työhaastattelusta. Sain 26 vastausta siihen, kuinka monta hakijaa yritys ottaa työhaastatteluun. Suurin osa vastaajista vastasi 10 tai alle (17 vastaajaa) Kuusi vastaajista ottaa haastatteluun 10–20 hakijaa, ja kolme vastaajista 1-15 tai 1-20, riippuen työtehtävästä ja tarpeesta.

Palautteen osalta vastaukset jakoutuivat 33 vastaajan kesken melko tasaisesti. 16 vastaajista antaa palautetta työhaastattelusta ja 17 vastaajista ei anna. Tämä vastaus yllätti minut aika suuresti, koska ainakin itse koen, että on erittäin tärkeää saada palautetta työhaastattelun sujuvuudesta.



KUVIO 6. Palaute työhaastattelusta.

Seuraava kysymys oli avoin kysymys, jolla halusin selvittää onko joitain muita tekijöitä, joihin yritys kiinnittää erityisesti huomiota haastattelutilanteessa. Tähän kysymykseen sain 17 vastausta:

- Kommunikointi ja kanssakäyminen, sillä ne ovat tärkeitä asioita asiakaspalvelussa.
- Emme haastattele, vaan palkkaamme jos joku tuttu suosittelee ja jos on hyvä tyyppi.

- Kuinka normaalisti ihminen käyttäytyy haastattelutilanteessa.
  - Oikea asenne omaan työhön ja osaamiseen.
  - Hakijan halu ja tahto löytää töitä ja työllistyä. Näkemys omasta osaamisesta ja sen kehittämisestä sekä valmiudet kestää paineita ja toimia muuttuvassa ympäristössä.
  - Jos hakijalla ei työkokemusta vielä ole, niin olemme kiinnostuneita hakijan kyvystä omaksua uusia asioita ja nopeutta oppia. Kiinnostuksesta kehittää itseään ja opetella uusia asioita. Myös tiimityöskentelytaidot ovat erittäin tärkeässä asemassa.
  - Kuuntelu- ja keskustelutaito, vuorovaikutus.
  - Koulutus ja aikaisempi kokemus.
  - Katsooko silmiin, puhetyyli, siisteys, ulkoinen olemus ja läsnäolo.
  - Ulkoinen olemus, halu paikkaa kohtaan, aikaisemmat työsuhteet.
  - Erityisosaamiset ja alan kokemus.
  - Maanläheisyys ja huumori.
  - Eri tehtävissä eri asioihin. Esim. toimistotyöntekijän ei tarvitse olla ylisosiaalinen ja tuotantoinisinöörikin voi olla vähemmän sosiaalinen. Myynti-insinööri taas mieluiten helposti lähestyttävä ja huumorintajuinen.
  - Yleisvaikutelma.
  - Edellinen työkokemus ja referenssit.
  - Tulevaisuuden tavoitteet.
  - Referenssit ovat tärkeitä.
- Kyselyn avulla halusin myös selvittää, mitkä asiat vaikeuttavat yrityksen mielestä yksilön rekrytoitavuutta erityisen voimakkaasti. Tähän kysymykseen sain 18 avointa vastausta.
- Lukemattomia syitä.
  - Hyvä tyyppi.
  - Ensivaikutelma, liian lujatahtoinen, epäsiisteys.
  - Siiloutunut ajattelu omasta osaamisesta (esim. teen vain tätä tai tätä työtä).
  - Tilitoimistoalalla aina sellaisen hakijan on helpompi saada töitä jolla on työkokemusta.
  - Työharjoittelu tai koulun ohessa kiireapulaisena toimiminen ja sitä kautta työhön tutustuminen edesauttaa työn saantia jatkossa, ainakin tilitoimistoalalla.

- Jos yrittää esittää jotain muuta kuin itse oikeasti on. Suomen kielen puutteellinen osaaminen rajaa aika tehokkaasti.
- Kielitaidon puuttuminen, vaatimuksena sekä suomi että ruotsi.
- Puhetyyli, yleinen homssuisuus.
- Huono hakemus, vetelä olemus, ei oikein osaa vastata kysymyksiin.
- "Velto"/huono esiintyminen.
- Huonot referenssit. Lyhyitä työsuhteita, epämääräisesti päättyneitä työsuhteita.
- Substanssiosaaminen ja persoona. Asenne on myös erittäin tärkeä.
- Motivaatio ja sitoutuminen työtehtävään.
- Koska toimimme erityisalalla, jossa vaaditaan hyvää osaamista ja korkeaa laatua lopputuotteessa, kiinnitämme siihen paljon huomiota.
- Jos kaikki keskusteltavat asiat pitää itse kysellä.
- Positiivisuus ja ahkeruus.
- Ahkeruus ja rehellisyys.

Kahdessa viimeisessä kohdassa yritykset saivat vapaasti kertoa, mitä erityistietoja tai -taitoja yritykset odottavat työtä hakevilta tradenomeilta sekä vapaamuotoisia terveisiä työtä hakeville tradenomeille. Osittain vastaukset olivat samantyyppisiä, mutta kuitenkin kaikki omalla tavallaan erilaisia, toki riippuen yrityksen toimialasta ja odotuksista hakijoita kohtaan.

### **Mitä erityistietoja tai -taitoja odotatte työtä hakevalta tradenomilta?**

- Perustaitojen lisäksi halua oppia.
- Hyvä tyyppi! Todistuksilla ei mitään väliä. Kielitaito ja urheiluharrastukset ovat plussaa.
- Palvelun tärkeys, kannattavuus, oma asenne.
- Kirjanpidon hyvä osaaminen.
- Tarpeeksi perusosaamista ja halu oppia uutta.

- Oma-aloitteisuutta, reippautta ja rohkeutta.
- Hyvät ATK-taidot.
- Aitoa kiinnostuksen osoitusta työtehtävien oppimiseen.
- Tulevaisuuden suunnitelmien kertominen, minkälaiseen tehtävään tai työhön hakija pyrkii tähtäämään.
- Kielitaito on aina plussaa. Hyvä kirjallisen tekstin tuottaminen puhetaitojen lisäksi.
- Tietokoneen, internetin ja eri ohjelmien käyttö (Word, Excel ja Powerpoint).
- Sosiaaliset taidot.
- Osaa myös itsenäisesti hakea tietoa ja tuottaa selkeää kirjallista materiaalia.
- Kiinnostus alaan, myyntihenkisyys, palvelualttius ja joustavuus.
- Halu tehdä töitä, innokas oppimaan, positiivinen luonne, asiakaspalvelija.
- Vahvaa kaupallisuuden ymmärrystä, lukujen tulkinnan osaamista.
- Kirjanpitoaito.
- Kielitaito iso plussa kansainvälisessä konsernissa, jolla paljon vientiä.
- Monipuolista kielitaitoa.
- Avointa mieltä ja riittävää kärsivällisyyttä.
- Taitoa kohdata erilaisia ihmisiä ja kykyä hallita ajankäyttöä.
- Alan osaamista.
- Uskaltaa tarttua työhön kuin työhön, eli avoimuutta ja uskallusta.
- Hyvät atk-taidot sekä paljon maalaisjärkeä.

### **Vapaamuotoisia terveisiä työtä hakeville tradenomeille:**

- Ole oma itsesi ja muista että sinun pitää tuoda rahaa firmaan, muuten sinun palkkaamisessa ei ole mitään järkeä.
- Hanki niin paljon työkokemusta kuin mahdollista.
- Pidä tarpeeksi kova itseluottamus, mutta älä kuitenkaan kehu itseäsi liikaa.
- Panostakaa CV:n rakentamiseen. Kiinnittäkää huomiota myös työhakemukseen, sen oikeinkirjoitukseen ja yksilöikää hakemukset vastaamaan työpaikkoja. CV ja hakemus ovat ensimmäiset asiat, joissa ratkaistaan haastatteluun pääsevät hakijat.
- Haastatteluissa ei tarvitse esittää mitään mahdotonta, eikä varsinkaan kannata opetella ulkoa mitään myyntipuheita. Menestystä työnhakuun!



- Tsemppiä kaikille tradenomeille työnhakuun. Kyllä niitä töitä on, kun vaan rohkeasti käy yrityksissä paikan päällä kyselemässä ja jättämässä CV:tä ja yhteystietoja.
- Kukaan ei hae teitä kotoa töihin. Olkaa aktiivisia ja hakekaa töitä jo pelkästään senkin vuoksi, että saatte kokemuksia haastattelutilanteista yms.
- Opiskele ruotsia ilolla, jos aiot töihin Kokkolan alueelle!
- Hanki myös monipuolista työkokemusta koulutuksesi ohella!
- Yrittänyt ei laiteta. Opiskelu kannattaa aina ja maailmasta löytyy töitä!
- Pelkällä tutkintonimikkeellä ei pärjää. Samoista työpaikoista kilpailevat monet eri tutkintonimikkeillä valmistuneet. Työkokemuksen hankkiminen opiskeluaikana on erittäin tärkeää.
- Ole ennakkoluuloton ja rohkea, onni suosii ahkeraa.

Suurimmassa osassa avoimista kommentteista mainitaan ahkeruus ja positiivisuus ja niitä ominaisuuksia pidetäänkin todella tärkeinä. Osassa kommentteista mainittiin aikaisempi työkokemus ja se, että ainoastaan hyvällä koulutuksella ei välttämättä pärjää työmarkkinoilla. Tulisi siis yhdistää hyvä koulutus ja työkokemus esimerkiksi työharjoittelun kautta, niin voi olla paremmat mahdollisuudet työllistyä, kuin esimerkiksi ainoastaan hyvällä koulutodistuksella tai ainoastaan vankalla työkokemuksella. Odotetusti kielitaitoa (varsinkin suomi-ruotsi) pidettiin tärkeänä, ja siitä mainittiinkin useassa avoimessa kommentissa. Suurin osa avoimista kommentteista olivat aika tuttuja asioita, eikä niistä löytynyt mitään kovin kaan yllättäviä kommentteja. Vaikka vastauksia tuli eri alojen yrityksiltä, olivat vastaukset melko samanlaisia. Vastauksista voi päätellä, että kannattaa olla avoin, ahkera ja positiivinen sekä hankkia hyvä koulutus ja mahdollisimman paljon työkokemusta. Työmarkkinoilla tulisi yrittää erottua mahdollisimman hyvin muista hakijoista ja tuoda parhaita ominaisuuksiaan selkeästi esille.

## 7 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Rekrytointi on iso osa yrityksen toimintaa ja onnistuneella rekrytoinnilla voi olla erittäin positiivisia vaikutuksia yrityksen menestykseen. Rekrytoinnissa on monia eri vaiheita, ja yrityksen tulee suunnitella ja toteuttaa kaikki vaiheet mahdollisimman tarkasti. Rekrytoimalla tehokkaasti ja oikein, saa yritys parhaimpia mahdollisia tuloksia henkilöstöhankinnassa.

Tässä opinnäytetyössä tarkastelin yksilön työmarkkinakelpoisuutta ja rekrytoinnin eri vaiheita sekä teorian mukaan että kyselytutkimuksen perusteella. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada mahdollisimman hyvä käsitys siitä, mitä ominaisuuksia ja osaamista yritykset nykyään odottavat työnhakijoilta, miten hakijan tulee toteuttaa hakemus ja toimia haastattelutilanteessa ja miten rekrytointiprosessin tulisi edetä, jotta rekrytointiprosessin lopputulos olisi sekä hakijan että yrityksen osalta paras mahdollinen.

Teoriaosuudessa käytiin läpi yksilön työmarkkinakelpoisuutta, mitkä tekijät vaikuttavat siihen ja miten henkilöiden työmarkkinakelpoisuutta arvioidaan. Lisäksi teoriaosuudessa käsiteltiin rekrytointia ja rekrytointiprosessia sekä rekrytoinnin toteuttamista. Teoriaosuutta oli helppo lähteä tutkimaan, koska rekrytointiin liittyvää materiaalia löytyy paljon sekä internetistä että painetusta kirjallisuudesta. Työmarkkinakelpoisuutta koskevaa materiaalia oli kuitenkin huomattavasti vaikeampi löytää ja siihen olisinkin kaivannut enemmän materiaalia. Tässä työssä pyrin hyödyntämään mahdollisimman uutta materiaalia, jotta tieto olisi ajankohdasta.

Kyselytutkimuksen kohderyhmänä olivat Kokkola-Pietarsaari -alueen yritykset, jotka rekrytoivat tradenomeja. Toteutin kyselylomakkeen, jolla halusin saada mahdollisimman paljon tietoa ja mielipiteitä eri yrityksiltä koskien yksilön työmarkkinakelpoisuutta ja rekrytointia. Pyrin muotoilemaan kysymykset niin, että saisin laajasti vastauksia eri näkökulmista. Kyselyssä oli sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä ja myös kohta avoimille kommenteille. Avoimiin kysymyksiin sain myös paljon hyviä vastauksia, ja siitä olenkin erittäin tyytyväinen.

Mielestäni avoimet kysymykset antavat vastaajalle hyvän mahdollisuuden kertoa, mitä mieltä he ovat asiasta ja suurin osa näistä vastauksista oli todella hyviä ja mielenkiintoisia.

Tutkimuksen tulokset eivät juurikaan poikenneet teoriasta, eli tukivat toisiansa melko hyvin. Tuloksista kävi selkeästi ilmi, että yritykset haluavat reippaita ja sosiaalisia työnhakijoita ja kun tutkimus toteutettiin Kokkola-Pietarsaari-alueella, katsoivat yritykset kielitaidon, varsinkin suomi-ruotsi tärkeänä ominaisuutena. Vastauksien perusteella voi todeta, että koulutus ja työkokemus ovat molemmat tärkeitä asioita ja olisikin hyvä, jos hakijalla löytyisi sekä koulutus että aikaisempaa työkokemusta. Erottautuminen työmarkkinoilla voi olla todella haastavaa, koska yhteenkin työtehtävään voi olla useita satoja hakijoita. On kuitenkin tärkeää, että hakija osaa markkinoida itseään mahdollisimman hyvin yritykselle ja tuoda tehokkaasti esille kaikki parhaat ominaisuutensa.

On olemassa paljon eri tapoja rekrytoida ja toteuttaa rekrytointia. Sekä hakijoiden että yritysten tulee ottaa huomioon monia eri asioita koskien rekrytointia ja koko rekrytointiprosessia. Yrityksen kannalta tehokkuus, tarkkaavaisuus ja hyvien päätösten tekeminen on tärkeää, kun taas hakijoiden tulisi miettiä omia hyviä ominaisuuksiaan, osaamistaan ja ennen kaikkia positiivisuuttaan hakiessaan uutta työpaikkaa.

Opinnäytetyöni aihe on mielestäni erittäin mielenkiintoinen ja aina hyvin ajankohtainen. Työtä olikin todella mielenkiintoista tehdä alusta loppuun asti. Koska rekrytointi on aiheena todella laaja, toi se välillä hieman vaikeuksia opinnäytetyön kirjoittamiseen ja teorian tutkimiseen, mutta yritin rajata teoriaa mahdollisimman hyvin omasta mielestäni tärkeimpiin seikkoihin.

Yritin muotoilla kyselyn kysymykset niin, että tutkimustulokset olisivat mahdollisimman päteviä ja luotettavia. Vastauksista huomasin helposti, jos jokin kysymys oli ymmärretty väärin tai ainakin eri tavalla kuten olin itse kysymyksen ajatellut. Näitä vastauksia oli kuitenkin suhteellisen helppo käsitellä, koska suurin osa vastauksista oli melko samanlaisia, jolloin oli helpompi ymmärtää miten vastaajat olivat kysymyksen käsittäneet.

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Mittauksen tai tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa sen kykyä antaa ei- sattumanvaraisia tuloksia. Reliaabelius voidaan todeta usealla eri tavalla. Esimerkiksi jos kaksi arvioija päätyy samanlaiseen tukokseen, voidaan tulosta pitää reliaabelina. Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius, eli pätevyys. Validius tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina vastaa sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi kyselylomakkeiden kysymyksiin saadaan vastaukset, mutta vastaajat ovat saattaneet käsittää osan kysymyksistä aivan toisin kuin tutkija on ne ajatellut. Jos tutkija käsittelee saatuja tuloksia alkuperäisen oman ajattelumallinsa mukaisesti, ei tuloksia voida pitää tosina ja pätevinä. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2007, 216–218.)

Kyselytutkimuksen vastaukset olivat todella hyviä, ja antoivat hyvin tietoa siihen, mitä yritykset todella odottavat uusilta työnhakijoilta ja rekrytoinnilta yleensä. Sekä teoriaosuutta että kyselytutkimuksen vastausta voi hyvinkin hyödyntää, kun on aika hakea töitä.

Olen kaikin puolin tyytyväinen tähän työhön ja onnistuin siinä mielestäni melko hyvin. Sain työhöni hyvää ja hyödyllistä teoriapohjaista tietoa työmarkkinakelpoisuudesta ja rekrytoinnista sekä mielestäni vieläkin tärkeämpänä hyviä vastauksia ja avoimia kommentteja eri yrityksiltä. Mikäli itselleni tulee vastaan työnhakutilanne, aion varmasti hyödyntää tässä opinnäytetyössä opittuja asioita rekrytointitilanteessa.

## LÄHTEET

### Painetut kirjat

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Markkanen, M. 2005. Henkilöstön hankinta sähköistyy. Helsinki: WSOY.

Markkanen, M. 2009. Onnistu rekrytointi – haastattelijana. Helsinki: WSOYpro.

Salli, M. & Takatalo, S. 2014. Loista rekrytoijana. Helsinki: Kauppakamari.

Vaahtio, E-L. 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Helsinki: Edita.

### Sähköiset lähteet

Arja Raukola Oy 2012. Onnistunut rekrytointi. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.raukola.fi/download/julkaisut/Onnistunut%20rekrytointi\\_Arja%20Raukola%20Oy\\_01062012.pdf](http://www.raukola.fi/download/julkaisut/Onnistunut%20rekrytointi_Arja%20Raukola%20Oy_01062012.pdf). Luettu 11/2014.

Education Portal. Internal recruitment. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://study.com/academy/lesson/internal-recruitment-definition-methods-process.html>. Luettu 11/2014.

Emine.fi. Ratkaisevat rekrytointikriteerit. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://emine.fi/ratkaisevat-rekrytointikriteerit/>. Luettu 11/2014.

Empore.fi. Takeet onnistuneelle rekrytoinnille – yhteistyökumppanin näkökulma. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.empore.fi/blogi/?p=30>. Luettu 10/2014.

Hakkarainen, Paavola & Lipponen. 2007. Käytäntöyhteisöistä innovatiivisiin tietoyhteisöihin. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.lius.fi/esko/akt/index.html>. Luettu 12/2014.

Kehittyvä Elintarvike 2013. Rekrytoinnissa monia mahdollisuuksia. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/24-rekrytoinnissa-monia-mahdollisuuksia>. Luettu 11/2014.

Monster.fi. Työhaastattelu. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://uraneuvonta.monster.fi/haastattelu/careers.aspx?re=nv\\_gh\\_gnl1158\\_%2FCV-Hakemuskirjeet%2FVinkkejä-hakemuskirjeen-laatimiseen%2F10-vinkkia-tyohakemuksen-tekoon%2Farticle.aspx](http://uraneuvonta.monster.fi/haastattelu/careers.aspx?re=nv_gh_gnl1158_%2FCV-Hakemuskirjeet%2FVinkkejä-hakemuskirjeen-laatimiseen%2F10-vinkkia-tyohakemuksen-tekoon%2Farticle.aspx). Luettu 12/2014.

Putkinen, P. 2011. Puskaradio käyttöön rekrytinnissa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://frankcommunications.fi/blog/fi/453>. Luettu 12/2014.

Sepponen, K., Wilen, T. & Kiviniemi, L. 2012. Työttömyyden pitkittyminen on monen tekijän summa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.oamk.fi/epooki/2012/tyoettoemyyden-pitkittyminen-monen-tekijaen-summa-tutkimus-p/>. Luettu 1/2015.

TE-palvelut. Asiakkaana TE-palveluissa. Www-dokumentti. Saatavissa: [http://www.te-palvelut.fi/te/fi/nain\\_asioit\\_kanssamme/te\\_palvelut/asiakkaana\\_te\\_palveluissa/index.html](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/nain_asioit_kanssamme/te_palvelut/asiakkaana_te_palveluissa/index.html). Luettu 12/2014.

Tilastokeskus. Työmarkkinat. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.stat.fi/til/tym.html>. Luettu 12/2014.

Tradenomiliitto. Tietoa tradenomeista. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.tral.fi/tietoa-tradenomeista/tradenomitutkinto/>. Luettu 1/2015.

.Verke.org. Oppilaitosyhteistyö. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.verke.org/verke/oppilaitosyhteistyö>. Luettu 1/2015.

Hei!

Opiskelen Centria-ammattikorkeakoulussa Kokkolan yksikössä liiketaloutta ja kirjoitan parhaillaan opinnäytetyötä aiheesta "tradenominen rekrytoimiseen vaikuttavat tekijät Kokkola-Pietarsaari alueella". Mielestäni kyseinen aihe on mielenkiintoinen ja tärkeä ajatellen tradenomien työllistymistä opiskelun jälkeen. Olen tehnyt kyselyn koskien rekrytointia ja työnhakijan työmarkkinakelpoisuutta ja toivoisin että voisitte vastata siihen, koska se on tärkeä osa opinnäytetyötäni. Vastaus kyselyyn vie vain muutaman minuutin.

Kiitos etukäteen!

Ystävällisin terveisin

Maria Nygren

Hej!

Jag studerar vid Centria-yrkeshögskolan i Karleby och skriver som bäst mitt slutarbete angående ämnet "faktorerna som påverkar tradenomernas rekrytering på området Karleby-Jakobstad". Enligt min åsikt är ämnet i fråga intressant och viktigt med tanke på tradenomernas anställning efter studierna. Jag har gjort en förfrågan angående rekrytering och arbetssökandens berättigande inom arbetsmarknaden och jag hoppas att ni kunde svara på den, eftersom den är en viktig del utav mitt slutarbete. Det dröjer bara några minuter att svara.

Tack i förhand!

Med vänliga hälsningar

Maria Nygren

## Opinnäytetyökysely tradenomien rekrytoinnista

### 1. Valitkaa seuraavista mielestänne kolme yrityksenne kannalta tärkeintä rekrytointikanavaa \*

- ☐ Työvoimatoimisto / Sähköinen palvelu mol.fi  
☐ Sanomalehdet  
☐ Sisäinen rekrytointi  
☐ Sosiaalinen media  
☐ Henkilökohtaiset suhteet / Puskaradio  
☐ Yritykseen tulleet yhteydenotot  
☐ Kaupalliset rekrytointiyritykset tai niiden verkkopalvelut

### 2. Valitkaa seuraavista kolme mielestänne tärkeintä asiaa työhakemuksessa \*

- ☐ Oikeinkirjoitus ja hyvä kielenkäyttö  
☐ Työnhakija puhuttelee hakemuksen lukijaa kohteliaasti  
☐ Hakemuksessa kerrotaan selkeästi miksi hakija on kiinnostunut tehtävästä  
☐ Työnhakija osaa markkinoida itseään  
☐ Työhakemus ei ole liian pitkä  
☐ Koulutodistukset, ansioluettelo

### 3. Kuinka tärkeänä pidätte työnhakijan kaksikielisyyttä? (suomi-ruotsi) \*

- ☐ Erittäin tärkeänä  
☐ Melko tärkeänä  
☐ Vähemmän tärkeänä  
☐ Ei lainkaan tärkeänä

### 4. Kuinka tärkeänä pidätte seuraavia ominaisuuksia ja osaamisia, jotta työnhakija erottuisi työmarkkinoilla? \*

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Vähemmän tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Ahkeruus ja oma-aloitteisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ongelmanratkaisutaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaaliset taidot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työnhakijan ulkoinen olemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paineensietokyky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empaattisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rohkeus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maalaisjärki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rehellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avoimuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nöyryys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Periksiantamattomuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kielitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoisammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persoona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 5. Kuinka tärkeänä pidätte seuraavia asioita haastattelutilanteessa? \*

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Vähemmän tärkeä	Ei lainkaan tärkeä
Sosiaalisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



8.3.2015 <https://www.webropol-surveys.com/Answer/SurveyParticipation.aspx?SID=Fin881793&SID=9cd35d80-ae1d-43d9-bdc2-d4618771c751&dy=128968...>

Ulkonäkö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esittäytyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Positiivisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kyky markkinoida itseään	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhekieli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmeet ja eleet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaalisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rauhallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6. Mitkä ovat yrityksenne kolme ratkaisevinta yleistä rekrytointikriteeriä?**

1.

2.

3.

**7. Kuinka monta hakijaa otatte työhaastatteluun?**

**8. Annatteko työnhakijalle palautetta työhaastattelusta? \***

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

**9. Onko joitain muita tekijöitä, joihin yrityksenne kiinnittää erityisesti huomiota haastattelutilanteessa?**

**10. Mitkä ominaisuudet vaikeuttavat mielestänne yksilön rekrytoitavuutta erityisen voimakkaasti?**

**11. Kuinka pitkää koeaikaa yrityksenne käyttää palkatessaan uutta työvoimaa? \***

- ☐ 1-2 kuukautta
- ☐ 3-4 kuukautta
- ☐ 5 kuukautta, tai enemmän

**12. Mitä erityistietoja tai -taitoja odotatte työtä hakevalta tradenomilta?**

8.3.2015 <https://www.webropolisurveys.com/Answer/SurveyParticipation.aspx?SID=Fin881793&SID=9cd35d80-ae1d-43d9-bdc2-d4618771c751&dy=128968...>

**13. Vapaamuotoisia terveisiä työtä hakeville tradenomeille:**

Läheta